الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية

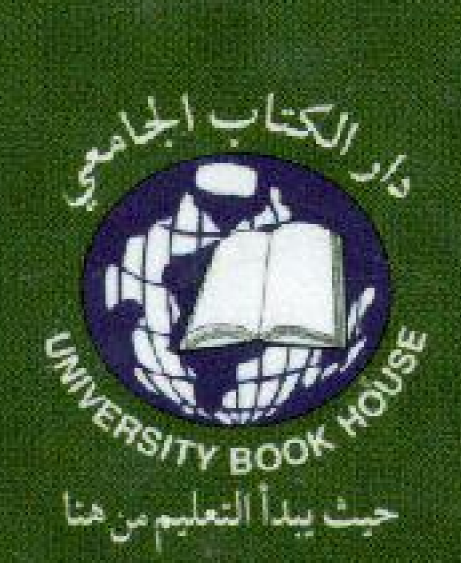
دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية

(نسيج - محيط - البوابة)

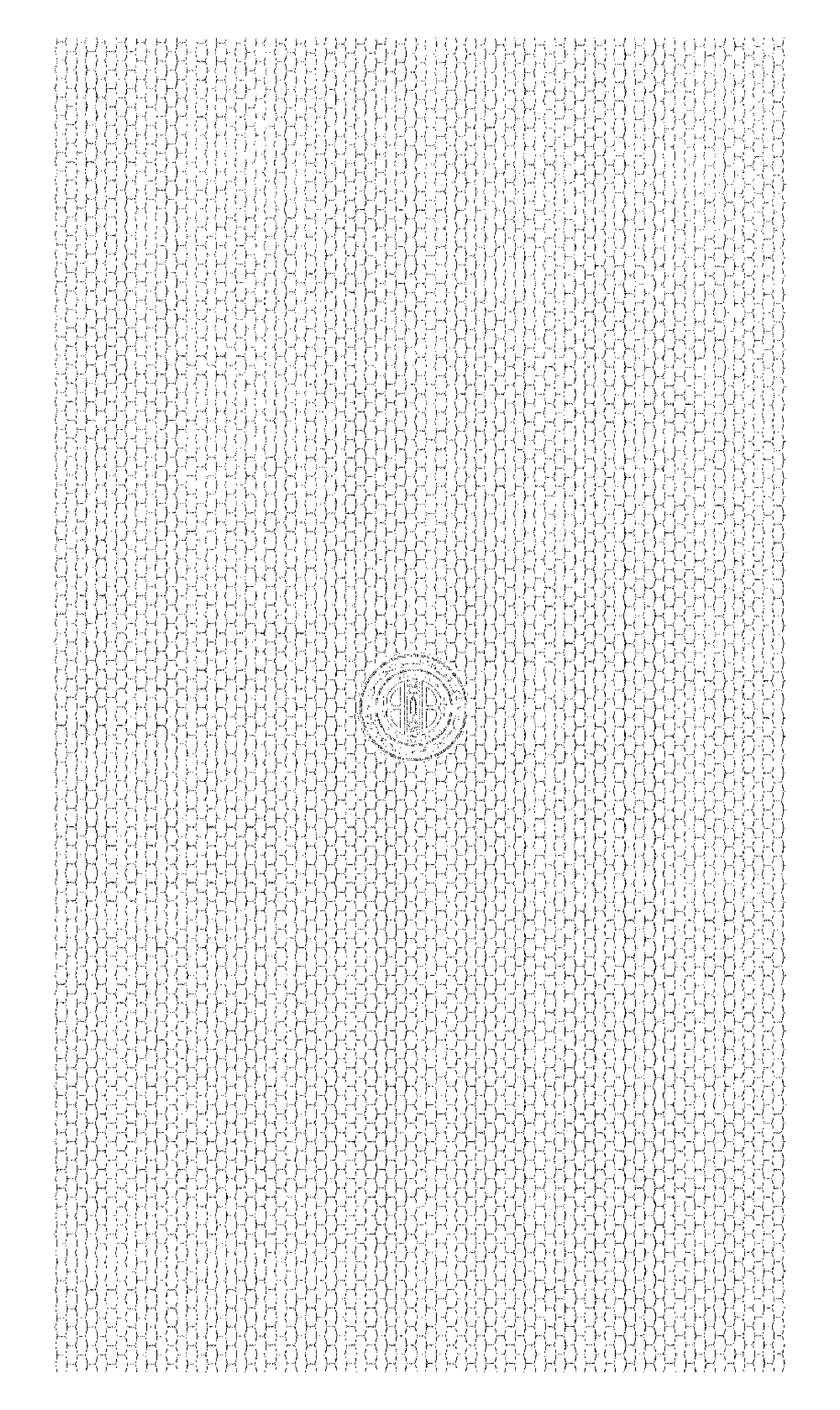


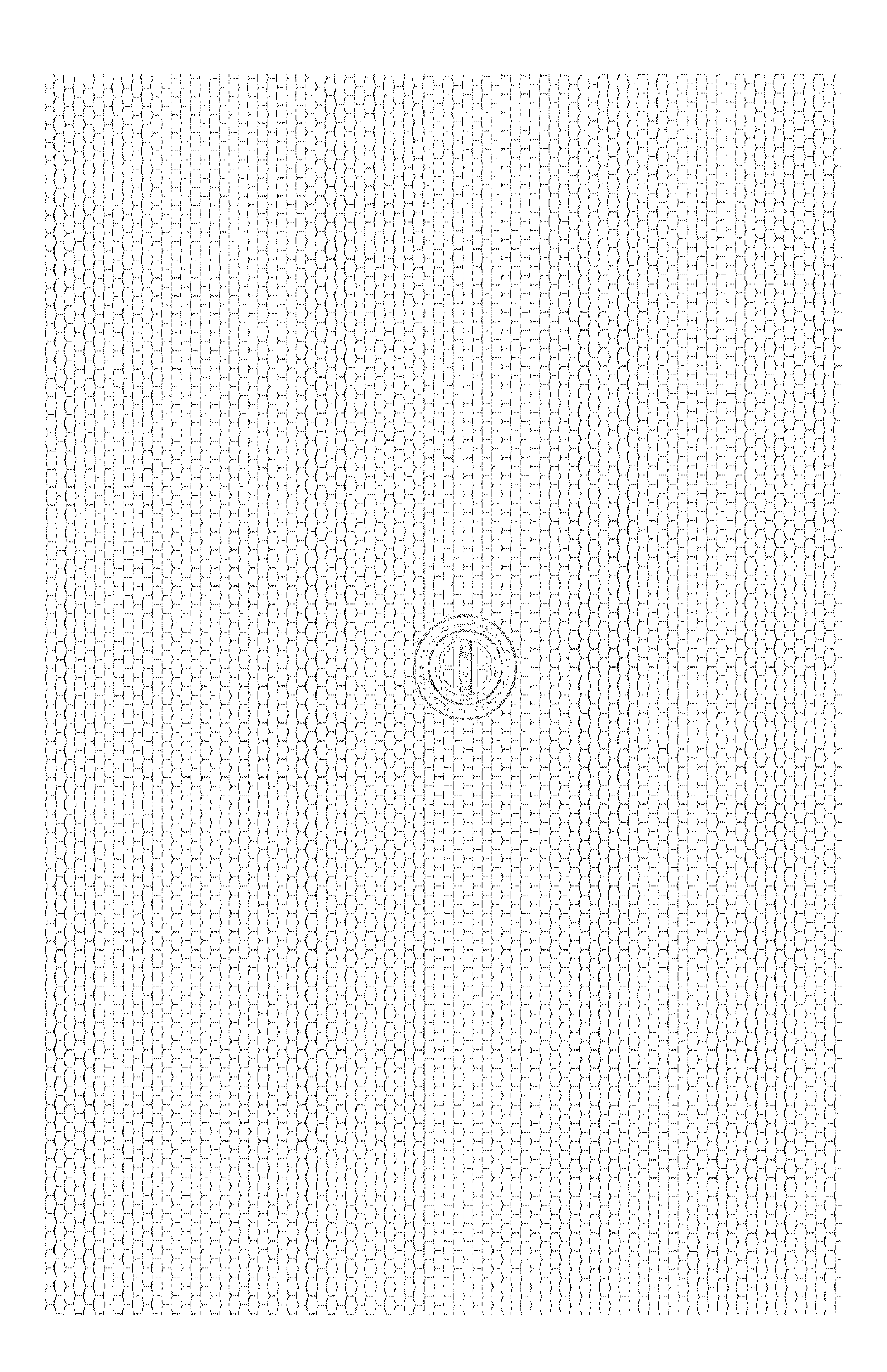
جليلة عبدالله خلف





حيث يبدأ التعليم من هنا





الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية

دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية

[نسيج - محيط - البوابة]

الحقوق جميعها محفوظة للناشر

حقوق الملكية الأدبية والفنية جميعها محفوظة لدار الكتاب الجامعي العين. ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملا أو مجزأ أو تسجيله على أشرطة تسجيل أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على أسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطيا.

Copyright ©
All rights reserved



1435هـ -2014م



حيث يبدأ التعليم من هنا
Where Education Initiates...

دار الكتاب الجامعي
عضو جمعية الناشرين الإماراتيين
عضو اتحاد الناشرين العرب
عضو المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين
العين - الإمارات العربية المتحدة

ص . ب . ١٦٩٨٣ - فاكس - ٧٥٤٢١٠٢-

هاتف: ٧٥٥٤٨٤٥ - ٧٥٥٦٩١١ (٣) (٩٧١)

هاتف - بيروت : ٢٤ ٢١ ٣١ (٣) (٩٦١)

bookhous@emirates.net.ae
WWW.bookhous.com
tboourji@yahoo.com

الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية

دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية
(نسيج ـ محيط ـ البوابة)

تأليـــف

جليلة عبدالله خلف

أستاذة جامعية، وباحثة في علوم الإعلام والإتصال

الناشر

دار الكتاب الجامعي

العين ـ دولة الإمارات العربية المتحدة

2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (١) خَلَقَ الْإِنسَانَ مِنْ عَلَقٍ (٢) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (٣) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (٤) عَلَّمَ الْإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (٥) ﴾

صدق الله العظيم

(سورة العلق، الآيات: 1-5)

الإهداء

إلى ...

الذي أوقد نفسه ليضيء لنا السبيل

إلى شمعة احترقت وجلت الظلمات

وأنارت الأفق ، إلى من علمني وأرشدني

وكان وكده ومبتغاه نجاحي

ظلي وكبريائي.. والدي (رحمه الله)

إلى التي تخطو كل صباح بإشراقتها لتزرع الأمل

وتطلق دعواتها لي بالفوز والظفر

وتبتهج فرحا حين أزف لها فرحة نجاحي

الحبيبة المقدسة... والدتي

إلى روح أخي جليل الطاهرة حبا وسؤالا

أطلق بحثي هذا..

مسجلة إياه في قائمة الوفاء للعراق..

جليلة

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه ... الحمد لله الذي علّم بالقلم، علّم الإنسان ما لم يعلم ... والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.. وبعد:

فإن مما تقتضيه أخلاق الإسلام، وآداب العلم: أن نعترف بالجميل، وأن نُرجِع الفضل لأهله، وأن ننسب العطاء لمانحه. فلله الحمد رب العالمين أن أعانني على استكمال هذا البحث؛ فله الحمد وله الشكر على عظيم فضله، وجزيل عطاياه التي لا تعدُّ ولا تحصى. وأتوجه بالشكر الجزيل إلى أستاذي الفاضل: **الدكتور عبد الأمير الفيصل** المعاون العلمي في كلية الإعلام، أستاذ الصحافة الإلكترونية في قسم الصحافة، والمشرف على هذه الرسالة؛ أشكره مرة حيث قَبِلَني باحثاً أنهل من علمه ومعرفته، واشكره مرة أخرى على ماأولاني أنا والبحث من عناية واهتمام فائقين **ولما قدمه لي من وقتٍ ورعايةٍ وعلم، فلا أنسى فضل توجيهي بالملاحظات السديدة** والإرشادات النافعة التي ساعدت في انجاز وإتمام هذا البحث على هذه الصورة، فله مني- ومن زملائي طلبة العلم - الشكر والتقدير، ومن الله المثوبة والأجر.

كما أتوجه بالشكر والتقدير لأستاذي الفاضل **الدكتور كريم محمد حمزة** أستاذ الاجتماع في كلية الآداب؛ لما غمرني به من رعاية واهتمام وكان لملاحظاته الأثر الكبير في تشجيعي ومساندتي جزاه الله خير الجزاء.

ولا يفوتني أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذين الجليلين، **الدكتور عادل خليل مهدي** أستاذ الإخراج الصحفي في كلية الإعلام، **والدكتور رشيد حسين عكلة** الأستاذ بقسم العلاقات العامة في الكلية، لتفضُّلهما بقراءة هذه الرسالة، وتوجيهها وتقويمها بما يفيد في ترصين الرسالة فجزاهما الله عنا خير الجزاء، ونفعنا والأمة بعلمهم.

وشكرٌ خاصٌ **لأساتذتي الأفاضل في كلية الإعلام** الذين لم يبخلوا علينا منذ السنوات الأولى في التعليم الجامعي، فاستفدنا من علمهم وخبرتهم، وتشربنا حب العلم منهم .

كما أتقدم بالشكر إلى جميع الأساتذة الأفاضل الذين منحوا الباحث الوقت والجهد سواءً في تقييم تقويم استمارة تحليل المضمون التي اعتمدتها الدراسة أو رفد الباحث بالكتب والدراسات أو ترجمتها، وهم: الدكتور محمد عبد الحميد، الدكتور محمد عايش، الدكتور محمود خليل، الدكتور محمد شومان، الدكتور نصر الدين لعياضي، الدكتور عباس مصطفى، الدكتور الصادق رابح، الدكتور عماد بشير، الدكتور حسن الفتلاوي، الدكتورة نزهة محمود، الدكتورة نهوند القادري.

وكذلك أتوجه بالشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل **الدكتور صباح ياسين** والإخوة والأخوات في مركز دراسات الوحدة العربية في بيروت والعاملين في مكتبة الجامعة اللبنانية لما قدموه من يد العون والمساعدة.

ولا يسعني إلا تقديم الشكر والتقدير إلى الأخ **الدكتور هشام فاضل الشيخ** لما قدمه من رعاية واهتمام وتعاون فكان نعم الناصح ونعم الصديق فإليه كل التقدير والاحترام.

وأتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى **الأستاذ والأخ خالد حنتوش** لما قدمه من نصيحة ومشورة علمية فإليه كل المودة والامتنان.

وأتوجه بكل الشكر والاحترام إلى **الأخ والزميل كريم خضير** الذي بذل من التعاون أكرمه ومن التشجيع أعلاه.. فجزاه الله ألف خير.

ولا يفوتني أن أشكر جميع موظفات مكتبة كلية الإعلام والجامعة المستنصرية والمكتبة المركزية لما قدمّن من تعاون ومساعدة، فلهن كل التقدير والاحترام.

وكما أقدم شكري واحترامي إلى كل من أذكر أو لا أذكر حتى ولو قدم لي كلمة طيبة، داعية للجميع بالخير والتوفيق.

وفي الختام: فهذا الجهد المتواضع أضعه بين أيديكم، فإن أصبت فبتوفيق من الله، وبتوجيهِ من أستاذي المشرفَ، وإن أخطأت فالكمال لله وحده وصلى الله وسلّم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

المحتويات

تقديم د. نصر الدين لعياضي

إنه لمن الجرأة والشجاعة البحث في موضوع الوظيفة الإخبارية للبوابة الإلكترونية في وقت لم يكن مفهومها واضحا كل الوضوح في ذهن الكثير من المهتمين بهذا الموضوع أو بما أصبح يُعْرَف فيما بعد بالإعلام الجديد.

حقيقةً، لقد اكتشف البحث العربي في ذلك الوقت موضوع الانترنت، والصحافة الإلكترونية فانبرت الأقلام للحديث عنهما بفيض من الكلام الذي يجتر الفهم الشائع عنهما. فضمن هذا الفيض عقدت المقارنات التي تؤكد لنا، بعد جهد جهيد، أن الصحافة الإلكترونية تختلف عن الصحافة الورقية! رغم أن الصحف الورقية العربية التي أنشأت مواقع لها في شبكة الانترنت في ذلك الوقت لم تكن تنشر سوى صورة ببرنامج «البي دي أف» لنسختها الورقية.

والحديث عن شبكة الانترنت في البيئة الثقافية العربية في ذلك الوقت كان متمحوراً حول محورين أساسيين، وهما: إيجابيات شبكة الانترنت وسلبيتها، ونهاية الصحافة على يد الانترنت. والقليل من الباحثين العرب في ذلك الوقت من بادر بشحذ أدوات منهجية لدراسة موقع إلكتروني في شبكة الانترنت على أسس علمية، أو حدد الإضافة الإتصالية والإعلامية التي تقدمها البوابات الإلكترونية لمستخدم الانترنت أو لمنتج المواد الإعلامية الكلاسيكية. ناهيك عن تبعات التواصل عبر الوسائط المتعددة.

إن الدرب الذي يسلكه هذا الكتاب الموجه لدارسي الإعلام والإتصال والمهتمين بالأبعاد الاجتماعية والثقافية لشبكة الانترنت لم يكن معبدا، واعتقد أنه لازال كذلك، لأنه يجعل الباحث يفكر في منصات إعلامية وإتصالية غير تعاقدية، في سياق جديد، يختلف عن الموروث. سياق حرر الإعلام من احتكار المؤسسات التقليدية: الصحف، والإذاعة، والتلفزيون، وجعل عملية إنتاجه وبثه في متناول الأشخاص والهيئات المختلفة.

فالبوابات الإلكترونية أصبحت رافداً للمؤسسات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والهيئات وحتى الدول لتعزز مكانتها، وتثري نشاطها، وللتواصل مع جمهورها أو زبائنها أو زوارها وتقيس تواجدها وفاعليتها. لذا جمعت الأخبار والمعلومات والخدمات المختلفة لتستجيب لمتطلبات هذا العصر الذي اندمجت فيه الأخبار بالترفيه والخدمة. وهذا ما يعسر مهمة الباحث الذي يريد أن يكتشف الدور الإخباري للبوابات.

نعم، نقول جرأة وشجاعة لأن من بادرت بالبحث في هذا الموضوع من العراق الحبيب الذي يمر بظروف يعرفها القاصي والداني. ويشعر بها الباحث أكثر من غيره. فالعديد من الأساتذة العراقيين أجبرتهم الظروف على الهجرة، لأن المراجع شحت، وسوق الكتاب في العراق لم تكن تستورد الكتب التجارية ناهيك عن الكتب العلمية الحديثة. علما أن جُلّ ما توفر من كتب في الجامعات العربية حول هذا الموضوع هي كتب أجنبية، وباللغة الانجليزية على وجه التحديد. وشكل انقطاع التيار الكهربائي المتواصل عقبة كأداء تثني كل عزيمة في البحث.

فالمعاناة التي تكبدتها الباحثة حتى يرى عملها النور لا تقاس بالسنوات، بل بالجهد والسفر لجمع المراجع، ولقاء الباحثين، ومناقشة الأساتذة والأكاديميين.

لعل الظروف التي أنتج فيها هذا العمل تشفع لصاحبته بعض الهفوات. وبقراءته سنشجعها على المضي قُدُماً في البحث في المجالات البكر.

د. نصر الدين لعياضي

جامعة الشارقة / كلية الإتصال

تقديم د. عبدالامير الفيصل

إن ازدياد استخدام الإنترنت في إنتاج ونقل وتداول المعلومات أدى إلى تنامي تدفق الأخبار، واتسعت الرقعة الجغرافية التي تغطيها خدمات الإنترنت عن طريق المواقع الإلكترونية، وإزداد دورها في نشر الأخبار وتوسيع مجال تداولها، ولاسيما عن طريق ما أصبح يُعَرَف بالبوابات التي أصبحت تنافس وسائل الإعلام التقليدية في الوظيفة الإخبارية. وعن طريق متابعة واقع وتطور البوابات الإلكترونية بشكل عام والبوابات العربية بشكل خاص وانعكاسات هذا التطور على طبيعة الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية التي هي مواقع متعددة الطبقات تتسع لجملة من التطبيقات والوجهات التي تشمل محركات البحث والأدلة والفهارس وبعض الخدمات الإخبارية والإعلانية، وتُشَكِّلُ نقطة البداية للإتصال بمواقع الويب الأخرى،كونها باب مفتوح يدخل المرء منه إلى عالم المعلومات والفعاليات الأخرى التي توفرها الإنترنت.

ويشكِّلُ الإعلام الالكتروني أحد أهم الأنماط الإعلامية والإتصالية التي أفرزتها الإنترنت، كما إن المشهد الإعلامي الإلكتروني قد شهد تحولات عدة جعلت منه ظاهرة متغيرة تتفاعل مع التطورات التقنية والثقافية التي تَعْرِفُها الإنترنت، فالإنترنت التي اكتسحت كل الفضاءات تُشَكِّلُ تحدياً حقيقياً للإعلام التقليدي بكل وسائله، ويتجلى ذلك في طبيعة الشبكات الجديدة للإتصال التي تُغيرُ بعمق في طرائق البحث عن الأخبار وإنتاجها وتوزيعها.

إن الإعلام بما يشهده اليوم من مظاهر الاهتمام العالية عن طريق تحديث أشكاله وتطوير أساليبه، أصبح متمكناً من أداء دوره وتحقيق أهدافه ووظائفه بتفوق، وهذا أمر يعكس مدى فاعلية هذه الوسائل إزاء تزايد حاجة الجمهور لهذه الوظائف، وكذلك الإحساس المطلق من قبل الجمهور، بعدم إمكانية الاستغناء عنها لأنها تمده بشتى ألوان المعارف والمهارات وتُشبِعُ حاجاته المعرفية والتعليمية في شتى المجالات والشؤون العامة وتُعَدُّ مرحلة التسعينيات مفصلاً مهماً في تأريخ الإعلام بشكل عام، وعلى صعيد التطور التقني لوسائل الإعلام عامة والصحافة خاصة، لدخول الحاسب الآلي في معظم المؤسسات الصحفية وسرعة الحصول على المعلومات. وبفضل الأقمار الصناعية المتطورة أُنشئ مركز لنسخ الرسائل الإخبارية مباشرة لكي تصل إلى أطراف العالم الأخرى في أثناء دقائق.

لقد شهدت العقود الأخيرة من القرن الماضي تغيرات نوعية في مجالات الإعلام كافة، انعكست على وظائفه ودوره ومن ثمَّ على تأثيراته في المجتمعات، أما سبب ذلك فيعود إلى ثورة التكنولوجيات الحديثة التي اجتاحت العالم والتي كان لها الأثر الواضح في تفعيل دور وسائل الإعلام والإتصال على اختلافها، حتى بات يُحْكَي عن "طفرة" تكنولوجيا الإعلام والإتصال في البنى التحتية كما في المضامين وما يُطلَقُ عليه أيضاً عصر المعلومات.

لكل ذلك جاء كتاب الوظيفة الإخبارية للبوابات الالكترونية ليشكل بحق إضافة نوعية للمكتبة العربية وليكون مرتكزاً أساسياً للباحثين والمختصين في الإعلام الإلكتروني كونه تناول بروح علمية وأكاديمية صرفة موضوعاً حيوياً لم يتناوله باحث أو مؤلف عربي عكس قدرة المؤلفة على تناول وعرض موضوعة البوابات وتوظيفها إخباريا بطريقة حرفية.

د. عبد الأمير الفيصل
كلية الإعلام/ جامعة بغداد

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد:

يعيش العالم مرحلة انتقالية نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات؛ وهي مرحلة تمخضت عن ميلاد نظام إعلامي جديد لم تتبلور ملامحه النهائية بعد. لقد أدى هذا التطور الهائل في وسائل الإتصال إلى بناء منظومة إعلامية تقوم على التكنولوجيا الرقمية، إذ أصبح تبادل الأخبار ونقل المعلومات عن طريق توظيف الشبكات المعلوماتية حقيقة ملموسة، وهو ما أتاح بروز وسائل إتصال جديدة كلياً مكنت مستخدميها من متابعة أحداث العالم وتطوراته بطريقة تغلب عليها الآنية والمشاركة في صناعة الأحداث، كما هو الحال في المدونات والشبكات الإلكترونية.

وأمام ثورة الحاسوب والمعلوماتية غير المسبوقة، تطورت أشكال صحفية جديدة تتجاوز ما هو سائد من ممارسات إعلامية، مُشَكِّلَةً ما بات يُعْرَفُ بالصحافة الإلكترونية. فقد أحدثت الإنترنت داخل الفضاء الصحفي، كغيره من الفضاءات، الكثير من التغيرات التي تظهر البوابات الإلكترونية كواحدة من تجلياتها.

تُمَثِلُ هذه البوابات في واقع الأمر مدخلاً للعديد من المواقع المرتبطة بها، إذ أنها تُعَدُ بمثابة واجهة للمواقع الإلكترونية ونقطة للمرور إلى خدماتها الفرعية للوصول إلى المحتوى المتشعب لخدماتها وملفاتها الإلكترونية.

والبوابات كما يشير المختصون، مواقع متعددة الطبقات والواجهات، وهي تشمل محركات البحث والأدلة والفهارس وبعض الخدمات الإخبارية والإعلانية، وهي تُشَكّلُ نقطة إتصال بمواقع الويب الأخرى. وقد ارتبط اسم البوابة بوظيفتها كمدخل يلج منه المستخدم إلى العالم الرحب للمعلومات والفعاليات التي توفرها الإنترنت.

إن بحثنا الموسوم (الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية) ناجم عن تزايد الدور الإخباري للبوابات في شبكة الإنترنت، مثل جوجل (Google) أصبح لها نظامها الإخباري الخاص بها، وهو ما ينطبق على بوابة ياهو (Yahoo) وغيرها من البوابات العالمية الأخرى. وهذا ما شجع الباحثة على رصد واستقصاء وتحليل واقع البوابات الإخبارية العربية في ضوء الإمكانيات الفنية والخدمات التي تقدمها.

وتنقسم الدراسة إلى **أربعة فصول على النحو التالي**: **الفصل الأول: وسائل الإعلام والتكنولوجيا** فقد شمل ثلاثة مباحث تناول المبحث الأول الوظيفة الإتصالية للإنترنت إذ ألقى الضوء على ما أحدثته الإنترنت من تغيرات ملحوظة في مكونات العملية الإتصالية التقليدية وأضحت الإنترنت نظاماً إتصالياً يقوم على مبادئ تختلف كلياً عن النظم الإتصالية التقليدية. وبعد أن أصبحت شبكة «الإنترنت» وسيطاً إعلامياً يطوي بداخله جميع وسائط الإتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية وشبه الجماهيرية والشخصية، كما أنها طوت في جوفها مئات الآلاف من شبكات تبادل المعلومات، سواءً كانت عالمية أو إقليمية أو محلية وأصبحنا نسمع عن الإعلام الإلكتروني وهو ما جاء في المبحث الثاني، فيما ركز المبحث الثالث على الخدمات الإخبارية التي تقدمها الإنترنت عن

طريق العديد من المنافذ الإعلامية، وجاء **الفصل الثاني تحت عنوان النشر الإلكتروني**: الذي تناول المبحث الأول منه مفهوم النشر الإلكتروني وخصائصه إلاّ أن الحديث عن النشر الإلكتروني غالباً ما يشير إلى ممارسة فنون الإعلام وأساليب النشر المختلفة عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) عن طريق وسيلة جماهيرية جديدة وهي المواقع web sites وهو ما أشار إليه المبحث الثاني تحت عنوان تطور المواقع الإلكترونية، أما المبحث الثالث فقد تطرق إلى مفهوم الصحافة الإلكترونية وخصوصية الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلامية تتمتع بخصائص غير متوافرة في وسائل الإعلام التقليدية واستثمارها للمزايا التي تتيحها الإنترنت لاسيما في مجال نقل وتبادل الأخبار والمعلومات، ويأتي **الفصل الثالث الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية**: ليتناول مفهوم البوابات وما يميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى وأنواعها من حيث المحتوى أو الجمهور المستهدف أو وفقاً لأهدافها واستخداماتها والتعرف على التحولات التي شهدتها الصحافة الإلكترونية والتي جعلت منها ظاهرة متغيرة تتفاعل مع التطورات التقنية والثقافية التي تعرفها الإنترنت وتغير مفهوم الصحافة الإلكترونية وظهورها كبوابات إخبارية وإعلامية تقدم خدمات شاملة مهيأة للتنافس في العالم الافتراضي، وتعرض المبحث الثاني إلى الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية وركز على التأثير الذي أحدثته التكنولوجيا الحديثة على الدور الإخباري لوسائل الإعلام عموماً والبوابات الإلكترونية بشكل خاص، أما **الفصل الرابع فقد تعرض إلى الدراسة التحليلية**.

وختاماً لا يسعني إلا القول أني بذلت الجهد قَدْرَ المستطاع، وأخلصت النية لله تعالى، فإن أصبت فلله الحمد والمنّة، وإن أخطأت فمن قصور يدي، وحسبي أني مازلت في بداية الطريق والإنسان يخطئ ويصيب، قال تعالى: ﴿وَمَآ أُوتِيتُم مِّنَ ٱلْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا﴾ (سورة الإسراء: الآية: 85].

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

الفصل الأول

وسائل الإعلام والتكنولوجيا

- المبحث الأول: الوظيفة الإتصالية للإنترنت
- المبحث الثاني: الإعلام الإلكتروني
- المبحث الثالث: الخدمات الإخبارية

الفصل الأول

وسائل الإعلام والتكنولوجيا

المبحث الأول

الوظيفة الإتصالية للإنترنت

مفاهيم أساسية في الإتصال والإعلام:

إن كلمة إتصال Communication تُشتقُ من الأصل اللاتيني (Communis) ومعناها عام أو شائع أو مألوف. وإن الإتصال «هو أساس كل تفاعل إعلامي ثقافي إذ يتيح نقل المعارف والمعلومات، وييسر التفاهم بين الأفراد والجماعات» ومن هنا كان الإتصال في مفهوم نشاطه يستهدف تحقيق انتشار أو ذيوع معلومات أو أفكار أو آراء بين أفراد أو جماعات باستخدام رسائل ذات معنى موحد ومفهوم بالدرجة نفسها لدى كل من الطرفين[1].

إن المحور الأساسي في عملية الإتصال هو وقوع تبادل للمعاني والمعلومات، وقد أعطى العلماء تعريفات كثيرة للإتصال، إذ يُعَرّف فريدمان: «الإتصال: هو

إيصال الخبر بين مُرْسِل ومُسْتَقْبِل سواء كان المُرْسِل شخصاً أو جهازاً آلياً» فهو يرى أن المهم هو إيصال الخبر بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة[2].

وللإتصال مستويات مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الإتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيق الإتصال والهدف الذي من أجله تتم عملية الإتصال، وتبدأ مستويات الإتصال بما يأتي[3]:

- **أولاً: الإتصال الذاتي** (Interpersonal Communication): وهو إتصال الفرد بذاته عن طريق التفكير، ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته، كما يتضمن الأنماط التي يطورها الفرد في عملية الإدراك، أي أسلوب الفرد في إعطاء معنى وتقويم للأفكار والأحداث المحيطة به.
- **ثانياً: الإتصال الشخصي** (Interpersonal Communication): وهو الإتصال المباشر أو المواجهي، ويُتيحُ هذا الإتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك كما يُتيحُ هذا النوع من الإتصال الفرصة أمام القائم بالإتصال لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فاعلية وإقناعاً.
- **ثالثاً: الإتصال الجمعي** (Group Communication): يحدث الإتصال الجمعي بين مجموعة من الأفراد، إذ تُتاحُ فرصة المشاركة في الموقف الإتصالي[4].
- **رابعاً: الإتصال الجماهيري**: فهو النمط الإتصالي الذي يتم على نطاق جماهيري باستخدام وسائل الإعلام، الصحافة والإذاعة، والتلفزيون.

ويُفَرِقُ ولبرشرام بين مصطلحي الإتصال والإعلام بقوله: «يعني الإتصال تبادل الآراء والأفكار والمعلومات من فرد إلى آخر أو جماعة، فمادته المعلومات والأفكار وأدواته اللغة والكلمات، والإعلام يعني نشر هذه الأفكار، فالإعلام يعتمد أساساً على الإتصال، فإذا لم يحدث إتصال لا يكون هناك إعلام، ولا يتحقق الانتشار المطلوب للإتصال إلا إذا تم عن طريق بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس، يختلفون في ما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون في مناطق متفرقة»[5].

ولتحديد حجم العلاقة بين الإتصال والإعلام يرى الدكتور عبد الله الطويرقي: إن الإتصال عملية اجتماعية كبرى قد لا يُمَثِل الإعلام إلا وظيفة أو جزئية بسيطة جداً فيها[6]. بينما يُعَرفُ فارس آشتي الإعلام : بأنه عملية إتصال فكري يقوم على وجود ثلاثة أطراف مُرْسِل ومُتَلَقٍ ووسيلة بينهما، وإن الاختلافات بين إعلام وآخر تحدث تبعاً للوسائل المستخدمة وللمضامين المبثوثة ولطبيعة كل من المُرْسِل والمُتلقي، وقد أثرت كل منها في مزايا الإعلام وألحقت به صفة من الصفات[7]، ويحاول المُرْسِل عن طريق إجراء عملية الإتصال تحقيق هدف معين أو مجموعة أهداف بنجاح من أهمها: الإخبار، والتعليم، والتثقيف والتنشئة الاجتماعية والترفيه وفتح ساحة الرأي والنقاش بين أفراد المجتمع [8].

في حين يُعَرِّفُ فرنان تيرو: «الإعلام بأنه نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ وأصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلاقات التي يفهمها الجمهور وأن هذا التعريف ينص على شيئين أساسيين في وجود عملية الإعلام وهما الصيغة وشيوع الخبر» [9].

وللارتباط الوثيق بين الإعلام والإتصال، يلاحظ أنه في الوقت الذي أدت التغيرات المُسْتَحدَثة في وسائل وتقنيات الإتصال إلى تحولات محسوسة في محتوى وشكل المعلومات المُنتَجة ثم الموزعة، فإن التغيرات الحديثة لا يمكن أن تختصر بالقول: أنها انتقال من عصر تقني إلى آخر، لأن التغيرات السياسية والثقافية أو التي تتدخل في عمل الإعلام تأخذ أهمية كبرى، فضلاً عن الرهانات الإستراتجية مثل الطابع الصناعي المتزايد للإعلام والثقافة والتوجه المركزي لدى جماعات الإتصال، أو الوجود المتسع لشبكات الإتصال في عملها النسيّجي المتواصل للعالم. لذلك يُلاحظْ في هذا السياق وأكثر من أي وقت مضى، أن الإتصال لا يتعارض مع الإعلام، بل على العكس من ذلك يُعَدُّ امتداداً له [10].

وحتى ظهور الإنترنت وانتشارها الجماهيري في التسعينيات كانت مفاهيم الإتصال تدور في معظمها حول فكرة المثير والاستجابة، أي استجابة الإنسان لرمز

أو حركة أو إشارة، وفكرة النقل التي يقوم بموجبها شخص بنقل فكرة أو رأي أو معلومة.. الخ إلى شخص أو أكثر. وقد وسَعَ استخدام الإنترنت في الإتصال الإنساني مفهوم الإتصال التقليدي ليشمل الإتصال الإنساني التبادلي عبر أجهزة الكمبيوتر أو ما يسمى (Computer Mediated Communication) وكذلك الإتصال القائم على الإنترنت أو ما يسمى (Internet- Based Communication)[11].

تعتمد هذه الأنظمة الإتصالية الجديدة على الحاسبات المرتبطة فيما بينها بشبكات إتصالية والتي تُعْرَفُ باسم أنظمة الإتصال بواسطة الحاسبات، وتضمن هذه الأنظمة الجديدة عملية نقل المعلومات وتبادلها، والقدرة على التعبير النصي والحركي والصوتي، فضلاً عن ما توفره من قدرة على استرجاع البيانات من قواعد البيانات الفورية، وتبادل الإتصال بين الأفراد ويتم ذلك كله عن طريق شبكات الإتصال التفاعلي (Telecommunication Network) وهي جزء من أنظمة أكبر تسمح بتبادل المعلومات بشكل تفاعلي بين مجموعة من المستخدمين في أماكن متعددة [12]. فلم يعد الإتصال الحديث موقفاً سلوكياً ينقل فيه المصدر رسالة إلى المستفيد بهدف التأثير فيه، وإنما أصبح موقفاً تبادلياً يتبادل فيه شخصان أو أكثر معلومات أو أفكار ...الخ ولم يعد الإتصال الجماهيري يسير وفق أنموذج «من فرد إلى أفراد عديدين» (from one to many) بل أصبح يسير وفق أنموذج «من وإلى أفراد عديدين» (from many to many)[13].

وبينما يقوم مبدأ وسائل الإعلام التقليدية على نظام ثابت ومعروف، أما طريقة الإتصال من نقطة إلى نقطة (point to point) كالإتصال عبر الهاتف، أو من نقطة إلى نقاط عديدة (point to many) كما يحدث في التلفزيون والراديو، إن حالة الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة، لاسيما المرتبطة بالإنترنت، قد تغيرت بشكل جذري؛ إذ تمكنت الإنترنت من الوصول إلى كل الأشكال المُحتَملة من نقاط الإتصال [14].

ولعل أهم ما يميز الإنترنت هنا، أن الطريقة التي يحدث فيها الإتصال على

الشبكة يختلف إلى حد ما عن الحال في وسائل الإعلام التقليدية، كالصحف، والراديو، والتلفزيون، إذ تمتلك الإنترنت القدرة على نقل الرسائل من شخص واحد إلى جماهير من المتلقين، وهي على غير الطريق التي يستعملها الناس باستمرار، إذ يتم النقل عن طريق تقنية إتصالات مهجنة، يمكن عند استعمالها التحول من حالة الإتصال الجماهيري إلى الإتصال بين أفراد أو جماعات أو عمل إتصال «شخصي محدود» [15]، فهي تضم أكثر من نمط إتصالي: شخصي وجمعي وجماهيري دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال الإتصالية.

وإذا كان مفهوم الإعلام يرتكز أساساً على مهمة توجيه الرسائل من المُرْسِل إلى المُتلقي، فإن التكنولوجيا الحديثة قد فرضت على الإعلام التغير ليصبح تواصلاً، أي حوار ذو اتجاهين لا مجرد إعلام أحادي الاتجاه يصب «جام» رسائله على مُتلقيه، ولا يتعدى إبلاغ الرسائل بل عليه تجاوز ذلك إلى مهام التعلّم والتعليم والترفيه واسترجاع المعلومات، فضلاً عن التراسل عبر البريد الإلكتروني والتحاور عن طريق حلقات النقاش وعقد المؤتمرات عن بُعد [16] والتي ستتناولها الدراسة في الصفحات القادمة.

فضلاً عن أن تكنولوجيا الإتصالات الحديثة تحرر الإنسان تدريجياً من قيود المكان، بل وتوسع وجوده حتى يبدو وكأنه موجود في أكثر من مكان في الوقت نفسه.

مكونات العملية الإتصالية بعد ظهور الإنترنت:

أحدثت الإنترنت تغيرات ملحوظة في مكونات العملية الإتصالية التقليدية التي كانت تقتصر على المُرْسِل والمُتلقي والرسالة والوسيلة، وأعلت من شأن بعض المكونات التي كانت هامشية في المكونات الإتصالية التقليدية:

أولاً: على صعيد المُرْسِل لم يعد الأمر يقتصر على مُرْسِل فرد يمتلك مهارات إعداد الرسالة الإعلامية لجمهور كبير، فقد ظهر إلى الوجود مصطلح «المواطن

الصحفي» (Citizen Journalist) الذي يعني أن كل شخص يتصفح الإنترنت يستطيع أن يُشَكِّلَ رسالة إتصالية ويبثها في الحال عبر الشبكة، وبإمكانه أن يصبح صحفياً ويراسل صحيفة إلكترونية أو ينشر صحيفة على الويب أو محطة إذاعية في موقع على الإنترنت. فالمُرْسِل تحول إلى مُتلق، أي أن المُرْسِل تعدد وتنوع، وأصبح الكل يتصل: الأشخاص والمؤسسات عبر الإنترنت(17).

ثانياً: الرسالة تغير شكلها وتحريرها وصناعتها وبالتالي مضمونها، إذ خضعت لتغيرات جوهرية أيضاً، فالوسائط المتعددة (المطبوع «المسموع» المرئي) اندمجت في شاشة الحاسوب، بشكل يمكن مطالعة الأخبار، الرواية، القصيدة، عن طريق قراءة النص والاستماع إلى الصوت ومشاهدة الصور والأشرطة التي تعبر عن مضمون النص الأصلي في آن معاً وتغيرت طريقة مطالعة النص عن طريق الارتباط التشعبي (Hyper text) مع نصوص ومواقع أخرى على الإنترنت(18).

ثالثاً: المُتلقي أصبحت له القدرة على المشاركة الفعالة في العملية الإتصالية؛ إذ أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المُرْسِل، بعدما كان دور المُتلقي هو مجرد تلقي المعلومات فقط، وأصبح التمييز بين المُرْسِل والمُتلقي في ظل استخدام وسائل الإتصال التفاعلية أمراً صعباً، فالمُرْسِل أصبح مُتلقياً والمُتلقي أصبح مُرْسِلاً(19)، فبمقدور المُتلقي أن يكون بمثابة المشارك في صناعة الرسالة الإتصالية وليس مجرد مُتلقٍ لها، فعن طريق رقم عضوية في شبكة المعلومات أو في الوسيلة الإتصالية وباستخدام جهاز حاسوب آلي شخصي وطرفيات إتصال كالمودم وخط تليفوني، يمكن للمشترك الإطلاع على ما يرغبه من معلومات ومواد تحريرية ونصوص قيد الإنجاز وإبداء الرأي فيها بالحوار مع جهاز الجريدة مثلاً لمعالجة القضايا وفقاً لرأي ووجهات نظر الجمهور. وقد أفسحت مجلة التايم (Time) الأمريكية المجال لقرائها، كأول مطبوعة توفر هذه الخدمة للجمهور، لكي يتفاعل مع جهاز الجريدة ويطلعون على موضوعات العدد ويبدون آراءهم حيال أسلوب طرحها ومعالجتها وهذا في حد ذاته تطور غير عادي

في صناعة الإتصال الجماهيري الآخذة في التعامل والفردية (الشخصية) وكأننا بها ستعدينا إلى حالات الإتصال المباشر والمواجهي[20].

وفقاً لذلك أصبح المُتلقي يزاوج بين التلقي والإرسال أي انه مُتلقٍ ومُرْسِل في الوقت ذاته، وبهذا أعطت الإنترنت بُعْداً جديداً لعملية رجع الصدى (feedback) الذي كان شبه غائب أو بطيء جداً في وسائل الإتصال الجماهيري التقليدية، بينما تميز في الإتصال عبر الإنترنت بالفورية والمباشرة ويقترب من نظيره الشخصي ويطلق علماء الإتصال على هذه الخاصية اسم التفاعلية (Interactivity) ويَعِدونها من أهم سمات الإتصال عبر الإنترنت وتظهر هذه التفاعلية أكثر وضوحاً في برامج التخاطب النصي والصوتي عبر الإنترنت (Chatting) وخدمات البريد الإلكتروني، ويتم الحكم على نجاح موقع الإنترنت بما يقدمه من خدمات تفاعلية بين مستخدمي الموقع [21].

رابعاً: التغير الأكثر وضوحاً في مكونات عمليات الإتصال يختص بالوسيلة ففي وسائل الإعلام التقليدية، ترتكز كل وسيلة على مخاطبة حاسة واحدة في الغالب وربما حاستين لدى الإنسان. فالصحافة تخاطب حاسة البصر، والراديو يخاطب حاسة السمع، والتلفزيون يخاطب حاستي البصر والسمع، وقد جاءت الإنترنت لتخاطب الحواس الإنسانية ومدركاته العقلية [22]. عبر ما يُسمى الوسائط المتعددة (Multimedia) التي تفرض أنماطاً من الانفعال والاستيعاب والسلوكيات والإستجابات المتباينة[23]. وتعني أن ما يُنْقَلَ عبر الإنترنت لا يقتصر على النصوص المكتوبة فقط وإنما يشمل إلى جانب النصوص الصوت والصور والرسوم المتحركة ولقطات الفيديو والخيال والأفلام وبذلك فإن قدرة الإنترنت على مخاطبة الحواس البشرية تفوق قدرة أية وسيلة أخرى [24]. فقد أحدثت الإنترنت من بين سائر التقنيات المعاصرة تغيراً جوهرياً في بنية الإعلام الجماهيري، وللمرة الأولى منذ تعرف الإنسان على وسائل الإعلام تضيع الحدود الفاصلة بينها وتصبح التقنية قادرة على جمع الصورة والصوت والمادة المكتوبة في مُنْتَجٍ واحد وعبر تكوين تقني واحد[25].

الطبيعة الإتصالية للإنترنت:

لقد ظهرت الإنترنت وانتشرت بشكل جماهيري في مختلف دول العالم وبصورة غير مسبوقة وفي زمن قياسي، وقد صاحب هذه الرحلة السريعة للشبكة العديد من الأسئلة حول خصائصها الإتصالية، وطبيعة هذه الوسيلة الجديدة، ودار جدل حول مدى إمكانية ضمها لوسائل الإتصال الجماهيري المعروفة كالتلفزيون والصحافة[26]، أما الإنترنت فلم تنتظر هذا الجدل وواصلت طريقها في كل مكان لتصل إلى ما يزيد على 600 مليون إنسان مع بداية العام 2003، فقد شهدت الشبكة وبخاصة بعد حقبة التسعينيات انتشاراً لم تعرفه أية وسيلة إتصالية أخرى. ففي حين وصل مستعملو جهاز الراديو إلى خمسين مليون مستمع بعد ثلاثة عشر عاماً. وصل مستخدمو الإنترنت إلى خمسين مليون مستخدم في أثناء أربع سنوات فقط منذ بداية التسعينيات إذ بدأ استخدام الإنترنت على نطاق تجاري [27].

ويؤكد Strang بأن تكنولوجيا الإنترنت المفتوحة والمنتشرة هذه قدمت شكلاً جديداً بالكامل من أشكال التواصل البشري – والمشاركة الجماعية – فيما يسميه بالتواصل الجماهيري ثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة [28] وفي ضوء هذا كله ربما يكون من الأولى للمهتمين بنظريات تفسير الأنماط الإتصالية التي تُسْتخدَمُ فيها الإنترنت، وتؤثر على المستخدمين لمحتواها، أن يدركوا أن الطبيعة المميزة لهذه الأداة والدور المتغير لاستعمالها في العملية الإتصالية نفسها، وعلى الرغم من أنه لدى الشبكة المكونات الأربعة الأساسية للإتصال، والتي تشتمل على المُرْسِل، والمُتلقي، والرسالة، والوسيط، إلا أن المُرْسِل في هذا السياق يختلف عما هو مألوف من حيث أنه قد يكون عبارة عن كمبيوتر يستخدم هوية آلية (Automated user) وربما لا يحتاج إلى شخص ليقوم بتشغيله، وهكذا لم يعد المفهوم التقليدي لعناصر الإتصال، وطريقة عرض الرسائل والتحكم في عملية الإتصال تنطبق تماماً على كثير من المواقف الإتصالية التي تكون الإنترنت، أو أحد تطبيقاتها جزءاً منه[29]، فحتى وقت قريب تم تجاهل دراسة الإنترنت كوسيلة إتصال وإعلام، وتركزَ الاهتمام على

وسائل الإعلام التقليدية، في الوقت الذي يُتيحُ فيه الاهتمام بدراسة الإنترنت آفاقاً رحبة أمام الدراسات الإتصالية والإعلامية والصحفية؛ إذ تطرح الإنترنت رؤى جديدة عدة تقع في لب المحاور الأساسية لدراسات الإعلام والصحافة فهي وسيلة إتصال وإعلام متعددة الوجوه (Multifaceted) وتتضمن العديد من الأنماط والأشكال الإتصالية والصحفية[30]. وقناة معلوماتية عالمية حققت التكامل والاندماج التقني، بين العديد من وسائل الإتصال. وأضحت الإنترنت وسيلة إتصال جديدة، تؤثر في حياة الناس بالقدر الهائل نفسه الذي يؤثر فيه التلفزيون على الناس. وأن التأثير هنا أوسع وأسرع[31].

لقد فرضت شبكة الإنترنت في أثناء السنوات الأخيرة نفسها كوسيط إتصال جديد يحمل خصائص غير مسبوقة بجانب تطبيقات الإتصال الجماهيري التقليدية من إذاعة وتلفزيون وصحافة ووكالات أنباء ,ولكن في قوالب جديدة, وقد تجمعت في الإنترنت خبرات الوسائل المادية للإتصالات السلكية واللاسلكية .وهي تجمع بين خصائص الإتصال الجماهيري والتخصيص (Customiztem) وحق الفرد في تلبية حاجاته إعلامياً بمعزل عن الجماعة (Individuation) وبجانب كون الشبكة نفسها وسيلة إتصالية تُصَنَفُ بعض الخدمات من شبكات ومواقع داخلها على أنها محطات إذاعية أو شبكات تلفزيونية أو صحف ووكالات أنباء وخليط من هذا وذاك. وسواء أكانت المواقع في الشبكة شخصية أم تتبع لمؤسسات كبيرة بمختلف أهدافها فهي تهدف أساساً عن طريق وجودها في الشبكة إلى إيصال معلومات. وهذه وظيفة أساسية من وظائف الإتصال الجماهيري المُتَمَثِلَة في الإعلام أو الإخبار بجانب الوظائف الأخرى المختلفة من تعليم وتفسير وترفيه بما يُمَثِل حزمة تُشَكِلُ في النهاية عملاً إتصالياً متكاملاً يأخذ خصائص جديدة [32]، مع ارتقاء الشبكة فنياً .وظهور شركات مزودي خدمات الإنترنت للأفراد عن طريق الاشتراك. وتزايد الاستخدام الجماهيري للإنترنت تحولت بالفعل إلى وسيلة إتصال تؤدي وظائف الإتصال الشخصي والإتصال الجماهيري[33].

يقول الدكتور السيد بخيت[34]:«إن الإنترنت أضافت وظائف أخرى للإتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المتلقي، كما قللت من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية، فعندما تقع أحداث إخبارية ما فإن المهتمين بها يبثون رسائل عبر الإنترنت مباشرة للآخرين لكي يقرؤها، وتُمَثِلُ هذه تحولاً مهماً عن وسائل الإعلام التقليدية».

ويضيف أيضاً «أفرزت الثورة الإتصالية، ظاهرة التفاعلية في العملية الإتصالية، أي بين المُرْسِل والمتلقي، إذ لم يعد الإتصال عملية أحادية الاتجاه بل عملية تفاعلية، ولم يعد المتلقي مُتلقياً سلبياً بل يلعب دوراً إيجابياً في الفعل الإتصالي، كما أصبح بمقدوره التحكم في العملية الإتصالية، عن طريق عملية الانتقاء والاختيار، مما يعطيه سيطرة أكبر على عملية الإتصال، وهو ما يمكن أن يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها، كماً وكيفاً، كما أثرت هذه التكنولوجيا الحديثة في زيادة مساحة المشاركة والتبادل، والقابلية للتحرك، والتوصيل، والشيوع، والانتشار، والقابلية للتحويل».

واعتماداً على ما سبق يمكن القول: بأن الوظيفة الإتصالية للإنترنت تكمن في إحداثها ثورة التواصل الجماهيري من حيث السعة والانتشار والاستخدام الأمثل لتقنيات نقل المعلومة وعبر كل الاتجاهات المطلوبة.

النظام الإتصالي للإنترنت:

الإنترنت نظام إتصالي جديد كلياً يقوم على مبادئ مختلفة عن النُظُم التقليدية، إذ إن كل وسيلة إتصالية جديدة تُحْدِثُ تغيراً في كامل النظام الإتصالي[35]، ويمكننا التمييز بين مرحلتين في تطور هذا النظام الإتصالي الجديد في مرحلة السبعينيات والثمانينيات، إذ كانت الشبكة في خدمة الميدان العلمي فقط، ثم جاءت مرحلة التسعينيات لتبدأ عملية إنشاء «شبكة عنكبوتية» عالمية امتدت لتشمل المؤسسات التجارية والجمهور[36]. وان شبكة الإنترنت إنما نشأت وتفرعت استعمالاتها في

الولايات المتحدة وتحديداً وزارة الدفاع، لغرض خلق منظومة معلوماتية دفاعية ضد أي «اجتياح خارجي»[37] ويعود مشروع إنشاء شبكة تربط بين الحواسيب إلى الستينات، إذ برزت حاجة وكالة مشاريع البحوث المتقدمة في وزارة الدفاع الأمريكية إلى بناء شبكة لتبادل معلومات البحوث المتقدمة بين مراكز البحوث المتعاونة مع وزارة الدفاع الموزعة على مناطق متباعدة في الولايات المتحدة الأمريكية وقد أثمرت جهود هذه الوكالة عن ولادة (Darpanet) وهي شبكة متواضعة تتألف من أربعة حواسيب كانت هي المنطلق نحو التطورات اللاحقة إذ حققت هذه الشبكة نمواً سريعاً حتى أصبحت في العام 1972 شبكة واسعة تحوي 36 عُقْدة معلوماتية وأُطلِقَ عليها اسم أربانت (Arpanet) [38].

ولم تكتف الأربانت بتبني بعض القيم السائدة في الميدان الأكاديمي، بل تبنت أيضاً بعض المبادئ التنظيمية لهذا الأخير، فالمعروف أن الجامعات عالم تسوده تبادلات علمية مكثفة وهامش الحرية الذي يتمتع به كل مختبر كبير نسبياً، وعليه فإن الأربانت قد نظمت انتقال المعلومات بتبينها مجموعة من القواعد سهلة التطبيق تسمح بربط الحواسيب بعضها ببعض دون صعوبة كبيرة. وتستعمل في هذه العملية البرتوكولين، بروتوكول الإنترنت (IP internet protocol) وبرتوكول مراقبة كونترول النقل (TCP: transmission control protocol) اللذين يحددان كيفية تجميع المعلومات في رزم مزودة بعنوانين يسمحان بإرسال المعلومات إلى آلات تسمى «آلات مُسْتَقْبِلة»، مع بداية الثمانينيات بدأت عملية الربط المعلوماتي تتسع لتشمل القطاعات الجامعية غير المختصة في المعلوماتية. وقامت المؤسسة الوطنية للعلوم (NSF) الأمريكية بتنظيم شبكة جديدة موجهة إلى كل العاملين في الحقل الأكاديمي لكن حدثاً آخر لم تكن أمريكا مصدره هذه المرة، أعطى دفعاً كبيراً للمعلوماتية وبخاصة الإنترنت، وهو أنشاء الـ (ويب) الشبكة العنكبوتية العالمية (world wide web) وهو عبارة عن طريقة جديدة للبحث تعتمد على الروابط النصية المتعددة أو المتشعبة (Hypertext) والمبدأ في هذه الطريقة هو أن المستخدم هو

الذي يقوم بالبحث عن المعلومات التي يحتاجها وليس المؤلف أو الناشر الذي يقوم بإرسال مواده إلى قائمة من القراء وكان ذلك حلاً لمشكلة ضخامة المعلومات التي واجهت مركز أبحاث سيرين (Cern) في سويسرا التي يعود إليها فضل ابتكار الويب[39]، إذ يجري نقل المعلومات بأشكال نصية متشعبة من حاسوب لآخر، كما يمكن نقل وثائق متشعبة والإبحار بين مواقع الإنترنت [40].

وقد استدعى الويب بناء برنامج جديد وهو عبارة عن متصفح (Browser) لتسهيل عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات وذلك بالإطلاع على الملفات المُخَزَّنة في (web) [41]. لقد أخذت الويب جاذبيتها من قيامها على واجهة تخاطبية تعتمد على الصور والأشكال والنص التشعبي التي تحول الشاشة إلى وسط حي ليشمل صوراً ونصوصاً ورسومات يمكن الانتقال منها إلى مواقع وصفحات أخرى. ومن قيامها على مبدأ القرائية العالية (Universal read ship) الذي يقول: انه إذا ما كانت المعلومات متوافرة أن أي شخص يمكن أن يكون قادراً على الوصول إليها من أي مكان في العالم [42]. ولقد نشأت الويب على الإنترنت وهي تستفيد من آليات الإنترنت وأجهزتها وبنيتها التحتية التي هي مجموعة من الشبكات والمُلقِمات والأجهزة في جميع أنحاء العالم، والعناصر الأساسية للإنترنت هي الحواسيب والشبكات وهي تسمح للمستخدم بالإتصال بالحواسيب حول العالم، بينما الويب هي مجموعة أدوات غير مادية تسمح بتبادل المعلومات بين المستخدمين أينما كانوا [43].

من كل ما سبق يمكن القول: إن الإنترنت وسيلة إتصال واسعة الانتشار ترتبط بها مجموعة اختيارية من الحواسيب، وتوفر مجموعة من الخدمات تتعلق بتقديم المعلومات، ولها وظيفة إعلامية متطورة إذا ما أُحْسِنَ استخدامها لأنها تسمح للمشتركين فيها، بالتنقل بصورة حرة، بين المواقع المسموح بها، ويتم نقل الملفات من (بيانات، معلومات، أخبار، صور، صوت، تسجيل فيديو، برامج إذاعية، وتلفزيون وحاسوبية) بين حاسوب وآخر، دون الاعتماد عن حاسوب مركزي للتوزيع، ويفيد

منها الأفراد والمؤسسات، من مستويات ومجالات مختلفة، وتُدار بطريقة الأعضاء المشتركين فيها.

كما أن الإنترنت تُماثلُ شبكة الإذاعة أو التلفزيون التي تربط مجموعة من محطات الإذاعة أو التلفزيون، وتتقاسم ما تبثه من برامج مع فارق واحد هو أن هذه الشبكات تقوم بإرسال المعلومات نفسها لجميع المحطات في الوقت نفسه، وهي ما تعرف بمحطات البث.

فيما تقوم الإنترنت كوسيط للإتصالات العالمية المتداخلة فهي مصدر للمعلومات، وحامل للمعلومات وهي استثمار رأسمالي وفيها توفير للوقت والجهد[44].

فضلاً عن ذلك أن أوجه الشبه واختلاف الإنترنت مع الوسائل الإعلامية الأخرى يكمن في أن الإنترنت تؤلف بين العناصر القائمة على النصوص (Text-Based- Elements) في وسائل الإعلام المطبوعة، وإمكانات الإتصال في اتجاهين (Two Way Communication) للتليفونات والمجالات السمعية والبصرية (Audiovisual Aspects) للتلفزيون، وهكذا تُعَدُّ الإنترنت من أكثر الوسائل الإعلامية إفادةً من تكنولوجيا الوسائط المتعددة (Multimedia) نظراً للفائدة المتحققة لها في أثناء الصورة والصوت واللمس عن طريق (لوحة المفاتيح)، لاسيما أن الإنترنت تقوم على السرد بدرجة أقل من التلفزيون، بمعنى أنها تُستخدَم بالدرجة الأولى للإتصال وجمع المعلومات وممارسة الألعاب بدلاً من سرد القصص الخبرية وغيرها ليتلقاها المستخدم بشكل سلبي[45].

ومن هنا فإن الإنترنت أكثر تفاعلية (More Interactive) من معظم الأشكال الأخرى من وسائل الإعلام. وهذا ما يجعلها تتطلب نشاطاً معرفياً بدرجة أكبر لأنها تعتمد على النص بدرجة أكبر من التلفزيون أو الراديو.

كما أتاحت الإنترنت الكثير من قنوات الإتصال وتتمثل هذه القنوات في البريد الإلكتروني ومواقع الويب والرسائل الفورية، وقوائم المناقشة، ولوحات الإعلانات والتلفزيون التفاعلي ومؤتمرات الفيديو عن بُعدْ [46].

الإنترنت والثقافة الإتصالية الحديثة:

إننا أمام مرحلة تأريخية من مراحل تطور الإتصال الإلكتروني، وبخاصة الإتصال عبر الإنترنت، إذ أن لها ثقافتها الخاصة بها، والمختلفة كلياً عما سبقها من الأشكال الأخرى التي خَبرَتها المجتمعات عبر مسيرتها الثقافية الطويلة.

صحيح أن العملية الثقافية هي عملية تراكمية، وكل مرحلة تأريخية من مراحل التغير الاجتماعي والثقافي تُضيف خصائص جديدة إلى ما سبقها، ومع ذلك فأننا أمام مرحلة غير مسبوقة من مراحل التغير الثقافي الذي تشهده المجتمعات المعاصرة؛ إذ تمتلك الثقافة الجديدة خصائص فريدة تجعلها تختلف جوهرياً عن الخصائص المألوفة للثقافة[47]. لاسيما وان الإنترنت فرضت نفسها إعلامياً، فهي بجانب كونها شبكة الشبكات فهي بالقدر ذاته، وسيط الوسائط الإتصالية بلا منازع، وتتجلى عظمة الوسيط الإلكتروني في قدرته على احتواء الوسائط الأخرى كمصادر للمحتوى بالنسبة له. وفي هذا الصدد، وبينما كانت عظمة التلفزيون في احتوائه الراديو، تقوم عظمة الإنترنت على احتوائها الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون والبحث عن المعلومات. ولا يستقيم اليوم حديث في شان الإعلام والإتصال دون تناول القضايا العديدة التي تطرحها الإنترنت كوسيط إعلامي[48]، كما أن جاذبية الإنترنت تكمن في سهولة نشر المعلومات عليها واسترجاعها منها كونها وسيلة إعلام تفاعلية (Interactive) تُمَكِن المستخدم من حرية التصفح وإبداء رأيه واختيار ما يريد من معلومات، كما أنها وسيلة إتصال تُتيحُ له خدمات مثل البريد الإلكتروني والإتصال بالهاتف عن طريق الشبكة وسماع الموسيقى وحتى مشاهدة الأفلام. لذلك فإن الانتفاع بالشبكة ليس محصوراً بالصحف الإلكترونية، وإنما يتعدى ذلك إلى حيز أرحب وأوسع[49]، إذ أن هناك استخدامات ترفيهية للإنترنت مثل التلفزيون المتفاعل (Interactive T.V.) إذ تحول التلفزيون التقليدي من جهاز لاستقبال الإرسال التلفزيوني إلى جهاز ثنائي الاتجاه أي يُرسِلْ ويُستقبلُ في آن واحد، ويستطيع المشترك عن طريقه مشاهدة الأفلام السينمائية المجسمة والتسوق

والتجول بين المحال التجارية التي يختارها هو بنفسه، بمجرد ضغطه على زر في جهاز الحاسوب[50] ووفرت الإنترنت للمستخدم كتاباً إلكترونياً شاملاً خفيف الوزن يُماثل في صفحاته الكتاب الورقي، ويُمْكِن للمشترك فيها تقليب صفحاته عن طريق لوحات المفاتيح في آليات الحاسوب أو بأوامر صوتية للبحث عن المواضيع المتاحة للاستخدام ومتاحة للمستفيدين بشكل عام[51]. وأدى استخدام شبكة الإنترنت إلى طفرة هائلة في إتاحة المصادر الرقمية, وكانت الدوريات الإلكترونية في مقدمتها[52] فبالأمس القريب كان الباحث عن مصادر معرفية أو معلومات أو مراجع مضطر للذهاب إلى المكتبات، أما اليوم، وفي المستقبل، فإن المضامين المعرفية نفسها «تأتي إليه» لأنه يُمْكِن ببساطة أن يصل إليها، ويقوم بوضعها على حاسوبه الخاص، ويكفي لذلك أن يكون فقط مرتبطاً بالشبكة مع ملاحظة أن القيام بذلك يقتضي بطبيعة الحال التحكم في بعض تقنيات البحث على الإنترنت[53].

وتُتيحُ للمستخدم تحديد أماكن الإبحار في المعلومات وانتقاء ما يراه مناسباً فضلاً عن تعددية الوسائط، إذ أن المعلومات تأتي بأشكال متنوعة منها النصوص ومنها الرسائل الصوتية والفيديو والرسومات المتحركة وغيرها.

وثمة شيء يساعد في ثقافة الإتصال المباشر هذه (Online Culture) وهو استخدام الأيقونات (Icons)[*]، وهي رموز تدل على ما خلفها من مضمون، مما خلق ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها، والتي يسهل تمييز بعضها عن بعض، لذا يجب الحرص على أن تكون هذه الإيقونات مفهومة بمختلف اللغات[54].

وهذا يعني أن الإنترنت تقدم مصدراً تعليمياً وثقافياً متقدماً إلى أقصى حد، فعن طريقها يمكن للمستخدمين الوصول إلى قواعد البيانات، ونصوص وتقارير أو مقالات الجرائد، وتقارير البحوث والمراجع المختلفة من دوائر المعارف والموسوعات والأدلة وغيرها، وهي تُمَثِلُ وسيلة التفاعل والبحث عن المعلومات.

وأصبحت من أبرز اكتشافات القرن العشرين والتي تترك بصماتها بدون منازع

في الألفية الثالثة وفي شتى المجالات، سواء في المعرفة والعلوم والمعلومات أو التجارة أو السياسة أو الاقتصاد أو التعليم بمستوياته المختلفة أو الثقافة .. الخ [55].

كل هذا يؤكد أن الإنترنت أوجدت أنماطاً لا للتواصل والعمل والتجارة فحسب، إنما نمط جديد للحياة يفرض تحدياته على الأنماط التقليدية التي إلفها الناس من قبل، وأهم ذلك إمكانية الوصول إلى فيض من المعلومات، وليس ذلك مقتصراً على إمكانية الوصول، إنما يتممها أمران: سرعة الوصول إلى المعلومة ومساحة التفاعل (Interactive) المُتاحة بين المستخدمين للإنترنت ومواقعها.

وقد وفر هذا الانتشار السريع والواسع لتقنية الإنترنت على الصعيد العالمي، حتى مع كونه غير متجانس وظاهر الاختلال[*] إمكانية استخدام هذه الشبكة لنشر المعلومات التي يزداد خزنها على الإنترنت بمعدل سريع جداً[56]، ومن المُعْتَقَد أنه بحلول العام 2020 ستصل الإنترنت بكامل الخبرة البشرية المتراكمة لهذا الكوكب وهي المعرفة والحكمة اللتان تراكمتا على مدى خمسة آلاف عام من التأريخ المدون[57]، فالإنترنت بوصفها وسيلة إتصال هي الأكثر تأثيراً في الأفراد والمجتمع والأفكار والممارسات عبر ما تحمله من خصائص ومميزات، وما تحتويه من مضمون ثقافي ومعرفي بجميع التخصصات والاتجاهات «ولا شك أن المحتوى الرقمي (Online digital) لثقافة الإنترنت جعلها جزءاً مهماً وأساسياً من الثقافة الإلكترونية العامة، بل يمكن القول: أن ثقافة الإنترنت أصبحت المكون الأساسي والأكبر لثقافة الكمبيوتر والمعلوماتية والإتصالية الإلكترونية؛ وذلك بسبب الاستخدام الإنساني الرسمي والشعبي المتزايد للإنترنت في تسعينيات القرن الماضي وحتى اليوم» [58]. وإذا كان الإتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة لأنه مصدر تكوينها وعامل من عوامل اكتسابها وثرائها، وانه يساعد على التعبير عنها ونشرها[59]. فقد استطاعت الإنترنت في أثناء بضعة عقود من الزمن أن تُسْهِمَ في تغير الثقافات والمواقف في شتى مجالات الحياة وبخاصة وسائل الإعلام التقليدية ومناهج دراستها وطرق تحليلها مما استدعى دراسة «الإتصال والإنترنت» عن طريق تأثيراتها الإنسانية والاجتماعية

بِعَدِّها أهم من الوسيلة ذاتها وبعودة إلى مقولة مارشال ماكلوهان الإتصالية الشهيرة (الوسيلة هي الرسالة) التي جوهرها نظرية إتصالية تتمحور حول مفهوم أن المجتمع يتشكل ثقافياً بفعل طبيعة الوسيلة التي يتواصل الناس بواسطتها أكثر مما يتشكل بفعل مضمون وسيلة الإتصال ذاتها(60).

فتقنية المعلومات تمهد السبيل أمام أعداد كبيرة من الناس ليتحولوا إلى البيئة الإلكترونية (الإنترنت) للحصول على المعلومات التي قد تكون متوافرة في أوعية أخرى تقليدية ورقية كانت أم إلكترونية وهو ما جعل الإنترنت وسيلة وأداة ضرورية في الإتصالات بأشكالها كافة في القرن الحادي والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في أهدافها سواء تعلق الأمر بالكم الهائل من المعلومات أو التثقيف أو التسلية والإمتاع ومكنتها من ذلك أيضاً قدرتها على الجمع بين إمكانات التلفزيون والراديو والصحيفة والهاتف في وقت واحد(61) مع إن الإنترنت وسيلة للإتصال، فهي ليست وسيطاً للإرسال فقط، مثل الراديو، والتلفزيون، ولكنها وسيط إتصال ذو اتجاهين مثل التلفون، ولكن بإضافات وقدرات أفضل(62). فتكنولوجيا الإنترنت بتطورها السريع، وما تتيحه من خيارات وبدائل للتطبيق، تتجه من الندرة إلى الوفرة المصاحبة لانخفاض السعر وسهولة الاستخدام(63). وليس ثمة شك في أننا حقاً بإزاء طغيان للإتصال، تقنيات وبرامج، أدوات ومضامين، بنى تحتية ومعارف ...، وإننا قطعاً في هذا الطغيان إزاء توحيد الأفراد والجماعات ونفي التباين ضمنهم جملةً وتفصيلاً، وأننا فضلاً عن هذا أو ذاك، بإزاء توجه فرض أنموذج موحد في الثقافة والفكر يُعَدُّ الإتصال، حالاً واستقبالاً، أداتها ووسيلتها بامتياز(64)، فتقنيات الإتصال تُسْهِمُ اليوم بقوة في تحديد تقنياتنا الثقافية والعقلية(65).

تأسيساً على ذلك ومن الملاحظ في هذا السياق أن الثقافة الإلكترونية هي الثقافة التي تأتي عن طريق التفاعل مع البيئة الإلكترونية المعلوماتية وهي ثقافة المواقع الإلكترونية والكتاب الإلكتروني وهي تتغير باستنادها لتشكيلة واسعة من الموارد المعلوماتية فضلاً عن أنها تفاعلية على عكس الثقافة التقليدية في وسائل

الإعلام والتي تستند إلى النصوص، وربما الصور فقط، وبسبب حجم المعلومات الكبير الذي يتعرض له الفرد يومياً، فإن قدرته على التعمق في القضايا تصبح محدودة بسبب عدم القدرة على المواكبة، وبسبب تشتت التركيز، وهو ما يستدعي توافر مهارات إدارة المعلومات لدى الفرد من أجل انتقاء ما هو مناسب والتركيز عليه بدل التعرض لفيضان واسع من المعلومات ربما لا يسمح في بناء ثقافة متينة لديه.

وفي هذا الصدد يقول الدكتور السيد يسين[66]:«ومن المعروف أن تنمية التعلم والعلم والثقافة أصبحت تعتمد اعتماداً كبيراً على الاستخدام الصحيح للمعلومات وأدوات الإتصال، وسينعكس ذلك على البرامج التعليمية والتعلم عن بُعدْ، والمكتبات المتطورة، والأرشيفات التي تعتمد التكنولوجيا الحديثة، كل هذه التطورات ستؤدي إلى طفرة نوعية في التعلم والبحث العلمي، وفي التنمية الإنسانية عموماً، بل أن بعض هذه التكنولوجيات وأبرزها الإنترنت ستؤدي إلى تأثير بالغ العمق على طبيعة المعرفة الإنسانية ذاتها بحكم تسارع وتعمق التراكم المعرفي».

الخدمات الإتصالية للإنترنت:

يُعدُّ الإتصال عبر الإنترنت أداة الربط الفكرية والذهنية أو المعنوية بين المستخدمين على شبكة الشبكات بمختلف تقنياتها وإمكانياتها، وهو الوسيلة الأكثر استعمالاً لتحقيق الأهداف المتعددة في شتى المجالات.

فبدون الإتصال لا يمكن للمستخدمين الإفادة من خدمات الإنترنت بمختلف أبعادها على المستويين العلمي والاجتماعي، فالثقافة المعلوماتية إنما تتأطر عن طريق الاستخدامات الإتصالية بأنواعها، فيحدث التخاطب والتحاور عبر النصوص، والأصوات والرموز والصور ولقد تم تطوير العديد من خدمات الإنترنت في أثناء السنوات القليلة الماضية لتسهيل تبادل المعلومات بين المواقع على الإنترنت[67].

ونظراً لأن الإنترنت كانت تستخدم في البداية للإغراض البحثية العلمية فقط،

إذ كان استخدامها محدوداً، وبعدها أصبح هناك العديد من المواقع الإلكترونية فقد تم تطوير خدمات جديدة يسهل استخدامها وتم أيضاً ابتكار واجهات تعامل بسيطة يستطيع الجميع التعامل معها بسهولة مطلقة.

ونستعرض في ما يلي العديد من الخدمات التي يمكن الإفادة منها باستخدام الإنترنت:

أولا: البريد الإلكتروني (E-mail):

وهي أولى الخدمات التي تم تطويرها على الإنترنت ومن الوسائل التكنولوجية الجديدة التي تستخدم لتبادل المعلومات على الفور، وعلى الرغم من أن الهدف الأصلي لوجود شبكة تربط المواقع البعيدة عن بعضها البعض كان ينحصر في تبادل الملفات واستخدام الحوار والإمكانات المتاحة على أجهزة الكمبيوتر في هذه المواقع، إلا أن مصممي الشبكة اكتشفوا أن البريد الإلكتروني يُعَدُّ واحداً من أهم الخدمات المرتبطة بالإتصال الشخصي[68]، ولعل أبسط تعريف للبريد الإلكتروني هو: برنامج إتصالات مباشرة بين مستخدمي الإنترنت، وهو أكثر الأدوات استخداماً وانتشاراً، وهذا ما تؤكده إحدى الدراسات المعاصرة[69]؛ إذ بلغت نسبة مستخدمي البريد الإلكتروني 71٪ من مستخدمي الإنترنت، وتُتيحُ إمكانية الإتصال بمستخدم واحد، أو آلاف المستخدمين وذلك في أقل وقت ممكن، وبأقل كلفة مادية مقارنة بطرق الإتصالات التقليدية الأخرى وطريقة لإرسال الرسائل من حاسوب إلى آخر في أي مكان من العالم عبر خطوط الهاتف والإنترنت لغرض إرسال واستلام رسائل إلكترونية يمكن أن تُرْفَقَ معها صور وكذلك أصوات ومقاطع فيديو في الوقت الذي تستغرق الرسالة الوصول إلى مكانها المقصود.

خدمة البريد الإلكتروني من الخدمات المهمة التي أسهمت في انتشار الإنترنت إلى حد كبير على مستوى العالم، وذلك لأنها تتميز بالسهولة في الاستخدام ويمكن للمستخدم الإفادة من خدمات البريد الإلكتروني في مجال الأخبار عن طريق

الاشتراك في أحد المواقع الإخبارية لإرسال آخر الأخبار إليه مجاناً، أو بمقابل، كما يُفيدُ منه الإعلامي في إرسال المواد الإعلامية، واستقبالها من مقر عمله، كما يمكن إجراء المقابلات والتحقيقات الصحفية على المستوى العالمي [70].

ثانيا: مجموعات المناقشة والقوائم البريدية (Usent and Listsrss):

تُشكِّلُ هذه الخدمات منابر للأفراد يتبادلون عن طريقها الآراء والتعليقات، ويرتبط المشتركون فيها بإحدى مجموعات المناقشة ويتسلمون رسائلهم بطريقة تلقائية عن طريق البريد الإلكتروني.

وتتعدد اهتمامات جماعات المناقشة والقوائم البريدية وتتنوع تبعاً لاختصاص المستفيدين ويمكن البحث عنها عن طريق مواقع إلكترونية عدة نشير منها إلى الآتي[71] www.erfernce.com.

وتشتمل القوائم البريدية الإلكترونية على مجموعات كبيرة في مختلف التخصصات والمجالات لعرض الأخبار أو لطرح الأسئلة أو نشر المذكرات المختلفة، وتتناول كل قائمة موضوعاً محدداً، وهناك العديد من القوائم البريدية المتخصصة في مجالات الإعلام والصحافة والإنترنت وغيرها من الموضوعات[72].

ثالثا: مجموعات الأخبار (News Group):

تُمَثِّلُ مجموعات الأخبار أو النقاش نوعاً من لوحات الإعلان الإلكترونية (electronic bulletin boards) وهي التسمية السابقة لها، ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يشترك في مناقشات أكثر من مجموعته حسب اهتماماته، وتتيح هذه الخدمة للمشترك أن يراجع مجموعة المناقشة من وقت لآخر لمعرفة الأخبار الجديدة التي أضيفت، كما يستطيع إضافة خبر أو مذكرة أو رد على أحد الأخبار المنشورة[73].

رابعا: المؤتمرات والمحادثة (الدردشة):

لعل السمة الأساسية في التوصيفين التقني والاجتماعي للإنترنت هي الخاصية

الحوارية التي برزت بقوة في التقنيات الإتصالية، والحوار نوع من تطبيقات الإتصال التي تتم في الوقت الجاري والحقيقي والتي تفيدُ من ميزة التزامنية في الإنترنت (Synchronization) بما يُمكّن المشاركين في منتدى عام أو خاص من التواصل على الخط (Online)[74].

وهناك نوع يستخدم بروتوكول التخاطب (Chatting Protocol) الذي يجمع عدداً من المخاطبين في مكان واحد وفي حالة حوار واحدة، فيما يوفر ثان عدة مجالات أو غرف منفصلة عبر نظام يُسمى (Internet Rely Chat) وهذا النظام أو البروتوكول هو نفسه المستخدم في بعض التطبيقات التزامنية والتفاعلية الأخرى مثل المؤتمرات البُعدْية (Remold Conference) التي يطلِقُ عليها البعض مؤتمرات الفيديو (Video Conference) [75]، وهي عبارة عن تعبير إلكتروني لإتصالات ذات اتجاهين ويسمح لشخصين أو أكثر في أماكن مختلفة بان يقوموا بالإتصالات وجها لوجه صوتياً ومرئياً وتتم الإجتماعات والندوات والمؤتمرات كما لو كان جميعهم في المكان نفسه، وهو ليس تكنولوجيا بل مجموعة من التكنولوجيات التي تُشكّلُ الأساس لعدد كبير من الاستعمالات وهي تبادل حوار الفيديو الرقمية والأصوات بين المشاركين، وقد تكون الصور المنقولة صور المشاركين ذاتهم، وقد تتضمن قصاصات أفلام الفيديو (Video Clip) أو مادة أجمل مثل الصور الثابتة للأشياء، أو المعلومات المختزنة في حاسبة (الصور والبيانات والتطبيقيات) وبالمثل فإن الأصوات التي تحمل بين المواقع في مؤتمر فيديو يمكن أن تكون مناقشات بين المشتركين المجتمعين في مواقع مختلفة. وقد يكون أيضاً أي شكل آخر للصوت الرقمي، أي أنها الطريقة المتزامنة مع الفيديو[76].

خامسا: نقل الملفات (FTP):

الخدمة الأساسية الأخرى على شبكة الإنترنت، هي خدمة نقل الملفات بين الحاسبات المختلفة عن طريق بروتوكول نقل الملفات (FTP) (File Transfer Protocol)، وتحتوي الملفات التي يمكن نقلها على: النصوص، الصور، الفيديو، أو البرامج التي

يمكن تنفيذها على الحاسبات المختلفة والتي يوزع معظمها مجاناً على الشبكة، وتوجد قواعد بيانات عدة في جميع أنحاء العالم تحتوي على ملفات تشتمل على تطبيقات كثيرة من جميع الأنشطة البشرية التي يمكن الوصول إليها عن طريق معرفة عنوان الحاسب الآلي الذي يحتوي على هذه الملفات والذي لابد أن يشتمل على خدمة برنامج الملفات(77).

سادسا: خدمة بروتوكول تلنت (Telnet):

تُتيحُ هذه الخدمة والبروتوكول لأي مستخدم أو مشترك في الشبكة الإتصال بالحاسبات المختلفة على مستوى الشبكة وتنفيذ برامجه عليها، وفي الواقع غالباً ما يتركز عمل الصحفي في البحث عن المعلومات الموجودة في مواقع الويب أو في استخدامات البريد الإلكتروني ومنابر الحوار ونادراً ما يلجأ إلى الغوفر وبروتوكول نقل الملفات والتلنت، والشرط الوحيد لاستخدام تلنت معرفة المشترك أو المستخدم لنظام التشغيل على الحاسب الذي يتصل به عندما يسمح له الحاسوب بالنفاذ إلى ملفاته، وتتوافر حاسبات كثيرة تُتيحُ هذه الخدمة في كل أنحاء العالم (78).

سابعا: خدمة جوفر (gopher):

عبارة عن متصفح مبنِ على نص، ويتيح خاصية التصفح أو تقليب المعلومات المتاحة على الإنترنت. إذ يُبنى هذا النظام على خاصية القوائم المتتابعة (Menu Driven) وميزة جوفر سرعته، التي تُشْتقُ من طبيعته المُؤَسَّسَة على نصه، فهو يسمح للمستخدمين بـ(79):

1- تحديد أماكن الحاسبات التي تحتوي على المعلومات التي يريدها المُستَخِدم، وبذلك تُعْرَض هذه المعلومات مع قراءة وتوصيف الملفات المتاحة ثم تطبع البيانات المختارة.

2- إمكانية تتبع المعلومات من حاسب لآخر على الإنترنت.

ثامنا: محركات البحث:

ويمكن تعريفها بأبسط صورة: هي عبارة عن قواعد بيانات ضخمة بعناوين ومواقع، مع وصف مصغر لصفحات الإنترنت المختلفة، والتي بواسطتها يمكن البحث عن موضوع معين في حقل من الحقول المختلفة في الشبكة بشكل دائم لغرض إيجاد دليل معين لمثل هذه الصفحات، لأنها تعمل بشكل آلي وتقوم بفرز وفهرسة كم هائل من الصفحات[80]. وتتألف من عدد من البرامج ومنها برنامج العنكبوت الذي يستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها، ومركز برنامج المُفَهرِس الذي يُعد قاعدة بيانات (Data Base) ضخمة تصف صفحات الويب التي حصلت عليها من برنامج العنكبوت ثم يأتي دور برنامج محرك البحث عند كتابة كلمة مفتاحية في مربع البحث (Search Box) إذ يأخذ هذا البرنامج الكلمة المفتاحية ويبحث في صفحات الويب التي تحقق الاستعلام الذي كونَّه برنامج المُفَهرِس، ثم يعرض نتيجة البحث المُتَمَثِّلة بصفحات الويب التي طلبها المستخدم ومع التحديث المستمر للموقع فإن محركات البحث تقوم بزيارات دورية للمواقع الموجودة في المُفَهْرِس للتأكد من التعديلات التي تطرأ على الموقع[81]، كما تُشَكِّلُ محركات البحث على الإنترنت كشافات فاعلة لمحتوى المواقع الإلكترونية المتاحة عن طريقها وتتأثر عملية تكشيف المعلومات[*] بقوة الأجهزة المستخدمة وببعض المسائل ذات العلاقة ببنية قاعدة البيانات لمحرك البحث وطريقة تصميم موقع الويب (Web Site) [82].

المبحث الثاني

الإعلام الإلكتروني

مفهوم الإعلام الإلكتروني:

يشهد العالم منذ ما يزيد على ربع قرن ثورة علمية وتكنولوجية فاقت في أهميتها وتأثيراتها ونتائجها ثورة القرن 18 الصناعية في أوربا، هذه الثورة كان الإعلام الإلكتروني والإتصال والمعلوماتية، من أبرز مظاهرها ومن أهم البصمات التي تركها القرن الماضي الاندماج بين وسائل الإتصال، فقد تم الاندماج بين الإنترنت كوسيلة إعلامية حديثة وبين الوسائل التقليدية.

إن شبكة المعلومات العالمية (International Network) هي أهم وأعظم ما أفرزته التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصال (TIC) [83]. فقد أحدثت الإنترنت ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الانتشار والصفة الدورية واحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية، فضلاً عن كون التواصل عبر شبكة الويب يتم عن طريق وسيلة جماهيرية جديدة ألا وهي الموقع (Site) إلا أن هذه الشبكة جذبت العديد من وسائل الإعلام التقليدية (Conventional Media) إليها وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتاب، صحيفة، مجلة، وكالة أنباء، سينما، إذاعة، تلفزة) وشجعت هذه الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون المرور بتجربة التواجد التقليدي (الورق، الشاشة، الأثير، المذياع، الفضاء، التلفاز)[84]. وكان من الطبيعي أن تكون الإنترنت محط أنظار المؤسسات الإعلامية وكل الأطراف التي تطمح في توصيل رسائلها للجماهير في أوسع الحدود وبدون تقييدات منذ البدايات الأولى للشبكة، كما أن تفاعلية الإنترنت وتدفق المعلومات يسير في اتجاهين، فضلاً

عن تعددية الأشكال الإعلامية التي تمزج بين النصوص والصور والفيديو والأصوات والرسومات المتحركة فقد شكلت نقطة جذب مهمة للقائمين بالإتصال مما فسح المجال لنشوء الإعلام الإلكتروني، والذي أصبح إما امتداداً للإعلام التقليدي بتقنياته المختلفة، أو أصبح يسير جنباً إلى جنب بشكل تنافسي معه [85].

ويمكننا القول: إن الإعلام الإلكتروني هو «نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة إلا أنه يختلف عنه من حيث أنه يعتمد على وسيط إتصالي جديد هو الإنترنت، وهذا الوسيط الجديد يسمح بالدمج بين كل وسائل الإتصال التقليدية بهدف إيصال المضمون المطلوب بأشكال متميزة ومؤثرة ومقنعة، وبطرق إلكترونية تجمع بين النص والصورة والصوت مما يمكن للمُرْسِل والمُتلقي مناقشة المضامين الإعلامية التي يستقبلها، سواء مع إدارة الموقع، أو مع مُتلقين آخرين باستخدام الإنترنت تحديداً» [86].، وقد ظهر على صفحات الإنترنت منذ منتصف التسعينيات، وفي القرن العشرين عدد من المواقع لعديد من وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وتلفزيون وإذاعة فضلاً عن العديد من المواقع المؤسسية والشخصية المستقلة الجديدة.

فقنوات الإعلام الإلكتروني تتسع لتشمل: [87]

1- مواقع الصحف والمجلات والفضائيات.
2- المواقع الإعلامية.
3- المواقع الشخصية.
4- المراصد الإعلامية.
5- النشرات البريدية.
6- المدونات
7- المنتديات
8- غرف الدردشة الصوتية.
9- اللوائح البريدية.

تطور تكنولوجيا الإعلام:

تطورت تكنولوجيا الإنترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيرة فلا يكاد يمضي يوم إلا وتضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتية تطويرات لتطبيقات إعلامية موجودة في الشبكة أو يضاف لها[88]، وهو ما أتاح بروز وسائل إتصال جديدة كلياً مكنت مستخدميها من متابعة أحداث العالم وتطوراته بطريقة تغلب عليها الآنية والمشاركة في صناعة الأحداث كما هو الحال في المدونات والشبكات الاجتماعية، التي سنأتي على تفاصيلها في الفصول القادمة.

كما أن تكنولوجيا المعلومات أسهمت في تغير عمل وسائل الإعلام التقليدية وأساليب عمل المؤسسات الإعلامية التي أصبحت تعمل وفق منطق الشبكة وترابط مختلف أقسامها (التوثيق، التسويق، التحرير) والاستعمال المكثف لتكنولوجيا المعلومات في مختلف مراحل الإنتاج (الأرشيف، الاستخدامات المكثفة للإنترنت للبحث في الشبكة والتواصل مع الجمهور)[89]. إن رفع التطور التكنولوجي من الإمكانات التقنية لوسائل الإعلام الإلكترونية الجديدة مكنها من توفير خدمات إخبارية متميزة في شكلها ومضمونها [90].

وإن بعضها أصبح يحمل صفات وخصائص الإعلام الإلكتروني تكنولوجياً ووظائفياً، فالراديو والتلفزيون لم يصبحا فقط، رقميّن موصليّن بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فحسب بل أصبحا وسيلتين تفاعليتين يعملان على منصة الكمبيوتر، فضلاً عن تغيرهما لمفهوم الخبر من حدث إلى حدث بالتواجد الحي في مواضع الأحداث الكبيرة التي شكّلت علامات بارزة في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي مثل الحروب التي حدثت في أفغانستان والعراق [91].

كذلك الأمر بالنسبة للصحافة الورقية التي غيرت طريقة الإنتاج تماماً، إلى وسائل تنتمي كلياً إلى المرحلة الرقمية في جميع خطوات التحرير الصحفية ومعالجة الصور ومراحل ما قبل الطباعة، وكما مسَّ التغير طريقة كتابة الأخبار والطباعة مع أنفاس الفجر لملاحقة آخر الأخبار، والطباعة الرقمية في أماكن متعددة من أنحاء

العالم[92]. فإلى جانب التواصل الآني واختصار الأوقات والتفاعل والإحالات واسترجاع المعلومات، بدأت الصحف تتحول إلى ما يقترب بعض عملها من عمل وكالات الأنباء فإن كان يتأتى للصحف بنسختها الورقية أن تصدر طبعة أو إثنتين أو ثلاثاً حسب ضرورات بعض الأحداث، ففي ظل الإعلام الإلكتروني تمكنت الصحف من أن تصل إلى قرائها بأي لحظة وبأي جديد[93]، فضلاً عن ذلك تمكن القارئ الإلكتروني أو متصفح الإنترنت من أن يستقبل صحيفته المفضلة في بريده الإلكتروني، والموضوعات التي يرغب في قراءتها.

مما يعني أن الإنترنت قد أضافت إلى الممارسات الإعلامية الإلكترونية، بحيث أصبحت تعمل عبر منصات متعددة وصارت تتعدى الحدود التقليدية بعد اعتمادها على أسس تكنولوجية بحتة.

وهذا يعني أن الإعلام الإلكتروني سيدعم سرعة الإتصالات، ويسمح بحجم هائل ومتنوع من المعلومات والمضامين المعرفية والترفيهية، كما يوفر الإعلام الكتروني عدداً لا نهائياً من قنوات الإتصال المترابطة فيما بينها، والتي ستقلص تماماً من قيود الجغرافية والحدود السياسية، ومما يؤدي إلى أن تتضاعف أمام الجمهور فرص الاختيار الحر بين قنوات إتصالية عديدة، وبين عدد هائل من المضامين الإعلامية [94].

ولقد بدأت العديد من الصحف العربية تعي أهمية الظهور في الإنترنت، وبادرت بإنشاء صفحات خاصة لها على الإنترنت وتُعَدُّ المطبوعات الصحفية المستفيد الأكبر والمواقع الأكثر تردداً بين وسائل الإعلام الأخرى بالإنترنت، ويوماً بعد يوم يزداد عدد الصحف العربية فيها [95].

ويقول الدكتور عبد الأمير الفيصل: «إن الصحافة المكتوبة هي الأكثر إفادة من بين وسائل الإعلام العربية من خدمات الإنترنت، فقد مكنتها هذه الشبكة بصورة أو بأخرى من تخطي الموانع السياسية وأيضاً الالتفاف على قوانين الإعلام التي أقل ما يقال بشأنها أنها زجرية ومقيدة للحريات في أكثر الأحيان وفي غالبية الأقطار العربية»[96].

وفي الحقيقة أن ما نعنيه بوسائل الإعلام هنا: الوسائل التي تتم بها عملية الإتصال الجماهيري المتميزة بالقدرة على توصيل الرسائل في اللحظة نفسها وبسرعة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، وقدرتها على نقل الأخبار والمعلومات والترفيه والآراء والقيم، فضلاً عن القدرة على خلق رأي عام وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة لدى الجمهور وهذه الوسائل هي الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتاب والتسجيلات المسموعة والمرئية والإنترنت(97).

وارتبطت الخدمات المباشرة للإعلام ارتباطاً وثيقاً بالإنترنت ودورها كوسيلة إعلام متعددة الوظائف، مع إضافة جديدة هي أن الإنترنت أصبحت جهازاً إعلامياً متفاعلاً، إذ لا يكتفي مستخدمها بدور المُتلقي السلبي للمادة الإعلامية المنشورة فحسب، بل يمكنه من أن يتجاوب معها، ويحدد ما يريده من معلومات ويطرح وجهة نظره أمام الآخرين(98).

ووفقاً لذلك أسهمت الإنترنت في تعظيم الأثر الإتصالي للعملية الإعلامية عن طريق ما تمتلكه من عناصر مقروءة ومسموعة ومرئية فضلاً عن تحول معظم وسائل الإعلام التقليدية من إذاعات ومحطات تلفاز وصحف ومجلات إلى صحافة أو إذاعة أو فضائيات تلفزيونية أو مواقع إلكترونية.

وهذا يعني أن الإعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة قد ساد ساحة الثقافة الأمر الذي يؤكد محورية الإعلام في حياتنا المعاصرة، وذلك الاهتمام الكبير الذي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر حتى بات يُطلق عليها الثقافة الإلكترونية أو الثقافة التكنولوجية(99).ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونُظُم الإتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت وسائل الإعلام التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها الإنترنت والتي أضفت بدورها معايير عالمية جديدة للإتصال الجماهيري.

وهنا يقول برودي: «بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الإلكتروني استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت» (100).

ولذلك فإن الإعلام أصبح متعدد الاتجاهات، إذ أن الإنترنت في عالم ما بعد التفاعلية تغَيّر دور مستخدمي الإنترنت من حالة الاستهلاك للمحتوى الإعلامي إلى حالة إنتاج هذا المحتوى فتحول نمط التدفق الإعلامي من نمط تدفق في اتجاه واحد إلى نمط تدفق متعدد الاتجاهات، وبذلك ظهر «الصحفي المواطن» (Public or Participatory Journalism) وهو دور يؤديه المواطن الذي يلعب دوراً فعالاً في عملية جمع وتصنيف وتحليل وصياغة المعلومات والأخبار [101].

إن تطور الإعلام الإلكتروني دفع الكثير من المؤسسات الإعلامية لاسيما الصحفية ومنها صحيفة نيويورك تايمز وبعد احتكار طويل لمصادر الخبر وتحقيق أرباح كبيرة نتيجة مبيعاتها، وبعد ان وجدت نفسها تخسر 10-30٪ من قرائها سنوياً إلى تطوير موقعها الإلكتروني على الإنترنت، ووضع إستراتيجية تطوير كلفتها بيع ثمانية محطات تلفزيونية محلية لتستمر في موقعها على الإنترنت بكلفة 100 مليون دولار [102].

وهكذا بدأ إعلام آخر يرتبط باستخدام تقنية الإنترنت، وأضحت هذه الوسيلة التواصلية ميداناً مفتوحاً وحراً، حتى باتت الرقابة التقليدية التي تُفرَضُ على مختلف الوسائل السمعية- البصرية عاجزة نسبياً على منع تدفق الآراء والأخبار والمعلومات، على الرغم من أن الكثير من الدول قد صممت وسائل مراقبة على الإنترنت، إلا أنها لا تستطيع عملياً منع دخول المستخدم إليها والتعامل معها ونشر ما يرغب عن طريقها، وبذلك فقد ظهر مشهد إعلامي جديد له خصوصيته وقدرته على أن يكون وسيطاً وذاكرة لكل من يتعامل معه [103].

في ضوء ما سبق عرضه يمكن تأكيد أمرين هامّين:

1- إن وسائل الإعلام الكبرى لا يمكن لها أن تخاطر بالبقاء خارج الشبكة لاسيما إذا عرفنا الإمكانات الهائلة التي توفرها لها الإنترنت فيما يخص الإتصال بجمهورها وجلب اكبر عدد من المعلنين.

2- ضرورة أن يجد إعلامنا العربي مكانة داخل الإنترنت فبالرغم من التدفق المعلوماتي الهائل يجب وضع استراتيجية معينة للقدرة على دخول الإنترنت بكفاءة.

خصائص الإعلام الإلكتروني:

ونذكر هنا بعض الخصائص التي تميز بها الإعلام الإلكتروني:

1- قابلية التنوع:

إن أهم خاصية لهذا الإعلام هي خاصية التنوع، إذ يواجه الصحفي دائماً مشكلة المساحة المخصصة لإنجاز مقاله إخبارية ما على مستوى الصحافة الورقية، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحرير والمساحات الأخرى كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصصة للتحرير وبين تلبية حاجات الجمهور.

وعندما جاءت الإنترنت سمحت بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً يمكن عن طريقها إرضاء مستويات متعددة من الإهتمام، وأضحى النص الفائق (Hyper text) هو المحرك لهذا التنويع في الإعلام الإلكتروني، الذي تُمَكِّنَ من تكوين نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطاً مختلفة من المصادر والوسائل الإعلامية تُرْبَط جميعاً بشبكة من المراجع [104].

إن الروابط النصية الفائقة أو التشعبية أحدثت حركة كبيرة في الفضاء الصحفي ودفعت إلى إعادة الكثير من المعطيات الزمانية والمكانية المتعلقة بإنتاج ومعالجة الأخبار. إذ ليس هناك ما يمنع من إنتاج نشرة ما غِيْرَ الإنترنت تدمج أخبار اليوم، فضلاً عن إمكانية تضمنها الأرشيف التأريخي وكل النصوص المنشورة المتعلقة بالمواضيع المُعالَجة، وكل هذا بطريقة افتراضية محدودة.

فأية قراءة لابد أن تتم بمساندة كل هذه الوسائل الآلية، أن القراءة التي تحتاج مثل هذه الوسائل تفترضُ قارئاً جاداً يود أن يقرأ نصاً بطريقة تهدف إلى تقطير المعارف والاستيعاب العَميق الخلاق [105].

وهكذا أنتقل القارئ من الندرة إلى وفرة الأخبار والمعلومات والتي تقتضي من القارئ كفاءة تقنية تسمح بمعرفة قدرات محركات البحث وخصائصها والتحكم في تقنيات البحث.

وسواء كان القارئ، من المهتمين أو الهاوين فإنه يمكن أن يُلْزِم صحيفته بأن تقدم له مالا يمكن أن ينتظره من الصحافة المكتوبة التقليدية أو السمعية البصرية، مثل دمج معلومة أو خبر في سياقاته التأريخية، الجغرافية، الاجتماعية، أو الأيديولوجية ... الخ في الوقت نفسه فإن القارئ يمكن أن يقوم بعملية البحث المعمق بنفسه، وذلك بالاعتماد على الارتباطات الضرورية: الخدمات الإخبارية اليومية أو بنوك المعلومات[106]. وهذا ما يدعو إلى القول: إن التقدم التقني للإعلام الإلكتروني يمهد الطريق لمفهوم التحول الأفقي القائم على حق الإنسان في الإتصال [107].

ومن المفيد الإشارة إلى أن القابلية للتنوع هي واحدة من أركان الإعلام الإلكتروني المهمة، في كونها تمثل مجموعة بيانات يمكن أن تُعالِج بأساليب مختلفة جداً، فيما ظل نظام الإعلام التقليدي مرتبطاً بحالة إنتاج النسخة الواحدة المتعددة المتماثلة، فإن الإعلام الإلكتروني يمكن أن يُنْتِجَ نسخاً مخصصة (Customized) وملبية لحاجة الفردانية (Individualized) أو بإضفاء الطابع الشخصي عليها (Personalized) وحالة التنوع هذه يمكن أن تشمل[108]:

1- إمكانية فصل المحتوى (Delinking of Content) على سبيل المثال، كل صحيفة تنشر طبعتين واحدة ورقية وأخرى للإنترنت، والنسخة على الإنترنت قد تكون مفصلة وفقاً لرغبة القارئ.

2- إمكانية التعديل (Potential Scalability) إذ أصبح من السهل تعديل حجم الصور والرسومات والصفحات مثلاً وتحركيها أو خلق عوالم افتراضية أو ثلاثية منها.

3- إمكانية التحديث: فبعض نُظُم الإعلام الإلكتروني يمكن أن تتضمن معلومات تتغير بانتظام ويجب أن تخضع لهذه الحالة بحكم طبيعتها، مثل الأخبار العاجلة، أسعار الأسهم وغيرها.

2- المساحة الجغرافية:

تمكن الموقع الإلكتروني من الوصول عن طريق الإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جداً من وسائل الإعلام التقليدي التي تكون مقيدة في أغلب الأحيان بحدود جغرافية محدودة، حتى إذا تمكنت بعض وسائل الإعلام التقليدية من تجاوز محليتها فإنها لا تضمن نشر وسائلها الإعلامية إلا على عدد محدود من المُتلقين في العالم، لذا تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة إلكترونية لها في الإنترنت[109]. مما يعني أنه يوصل الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي ويتجاوز القيود التقليدية التي تعيق التلفزيون والصحافة المطبوعة.

يقول الدكتور ياس خضير: «إن الأخطر في عالم اليوم هو أن ميدان الإعلام وتكنولوجيا الإتصال يشهد ثورة كبيرة في أدواته وأساليبه ومضامينه، بحيث لم يعد هناك مفهوم واضح لما يسمى (بالسيادة الوطنية) أو جغرافية المكان ولم يعد العالم (قرية صغيرة) كما عبر عنه أحد علماء الإتصال في الغرب، وإنما أصبح العالم غرفة صغيرة تحت سلطة الكلمة والصورة، ويحكم فيها الأرقى والأغنى والأفضل عدة»[110]. ومن هذا المنطلق يمكننا القول: إن التكنولوجيات الحديثة ولاسيما الإنترنت وفرت فرصة تعاطي كل فرد مع الصحافة الرقمية بشكل منعزل يمثل تجربة مستقلة عن الآخرين، بمعنى أن نمط الصحيفة التقليدية التي كانت تعرف جمهورها بشكل عام وتوزع عليهم محتوى متماثل من الممكن تحديده وتنفيذه وتقديمه، هذه القدرة لم تَعُدْ قائمة في عصر الإنترنت، إذ أن الصحيفة الإلكترونية لا تعرف جمهورها بشكل مناسب، ولا تستطيع الزعم أن محتواها الإخباري المتماثل يصل إلى القراء أو يتوزع عليهم بشكل مناسب [111].

وبمعنى آخر أن عنصر الفردانية يتضمن قيام القراء باختيار الموضوعات أو الفنون عبر الصحف عن طريق الإنترنت لذلك فإن الجمهور الواسع يمكن أن يتوزع على أنماط مختلفة من المضامين، وفي مثل هذه الظروف تزداد بشكل كبير صعوبة إيجاد محتوى مقبول من الجمهور في بيئة إتصالية عابرة للمجتمعات والثقافات.

3- المرونة:

تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة لمستخدم صحافة الإنترنت إذ لا يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالإنترنت أن يتجاوز عدداً من المشكلات الإجرائية التي تعترضه، ويلعب الحاسوب دوراً مزدوجاً فهو من جهة الوعاء الذي يؤمن الإتصال بالإنترنت، والتعامل معها فضلاً عن وظيفته الأساسية المتمثلة في معالجة المعلومات، وتخزينها بمختلف الأشكال والطرق وكلما ازدادت خدمات الحاسوب ازدادت مرونة التعامل مع الإنترنت من الناحية التقنية (112).

أما من الناحية الإعلامية فيمكن عن طريق قدرة المستخدم على الوصول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات التي يراها جيدة وصادقة التمييز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة. مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومات قد ازدادت كثيراً مع ظهور الإنترنت التي سهلت كثيراً من عمليات تركيب الصور وتبديل الأصوات وغيرها (113).

4- عامل الكلفة:

لعل أهم مميزات الإعلام الإلكتروني أنه واطئ الكلفة، ويُطَوَّر بفعل الثورات المتلاحقة في تكنولوجيا الإتصال والتي تؤدي إلى خفضٍ متوالٍ في أسعار الإعلام الإلكتروني، وكلفة استخدامه، ومن هنا يتحدث أنصار الإعلام الإلكتروني عن الحتمية التكنولوجية لانتشاره(114).

ويبرز هذا العامل بخاصة على مستوى الصحافة المكتوبة وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي الكتروني إذ انه يوفر على صاحب الجريدة جزءاً من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة، ويضمن له في الوقت نفسه عدداً أكبر من القراء، فالصحيفة الناجحة تحاول أن توفق بين إصدار أعداد ورقية وفي الوقت نفسه تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الإنترنت (115).

5- التفاعلية:

إن التغير الذي نشهده اليوم يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين المعلومات، وهذه الخاصية هي عملية توفير مصادر المعلومات لعموم الناس وبشكل مُيَسَّر وبأسعار مخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلاميين الإلكتروني والتقليدي، والفرق بينهما هو أن الإعلام الإلكتروني قادر على إضافة خاصية جديدة وهي التفاعلية (Interactive). إذ أتاحت الإنترنت الأدوات التفاعلية التي تُمَكِنُ من حدوث تفاعل بين الجمهور والقائم بالإتصال، وان وسائل الإعلام التقليدية، وفي مقدمتها الصحافة تستخدم هذه الأدوات على مواقعها على الإنترنت لتحقيق التفاعل بينها وبين قرائها [116]، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحاور المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر عن طريق الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين والمحادثة حول مواضيع يتناولها الموقع أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع. كما تُتيحُ التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها، وهذه الخاصية أضافت بُعْداً جديداً مهماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية. والتي تتكون في العادة من منتجات ذات إتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة إلى قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك، مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها ومتى أرادها وبالشكل الذي يريده، مثل قنوات التسوق المنزلي على أنظمة الكيبل أو على الإنترنت [117]. أو الخدمات التي يرغب في الحصول عليها بشكل مسبق، فموقع CNN الأمريكية يستخدم هذه الخاصية بحيث يمكن للزائر استخدام هذه التقنية، مثلاً للحصول على أخبار الشرق الأوسط، والتقارير الخاصة ببورصة «وول ستريت» وحالة الطقس في البلد الذي يسكن فيه فقط[118]. ويلاحظ أن موقع الجمهور قد تغير في المعادلة الإعلامية الحديثة التي تُقيمُها التكنولوجيات الجديدة؛ إذ أصبح طرفاً مشاركاً فيها ولم تُعَدُّ تُطلَق عليه تسمية القارئ أو المشاهد أو المستمع بل صارت تُطلَقْ عليه تسمية «المستخدم» (User) نتيجة منطق «التفاعلية» (Interactivity)

الذي فرضته التكنولوجيات الحديثة أو التطورات التكنولوجية التي أُدْخِلَتْ على وسائل الإتصال القديمة [119].

وما يجب ذكره في هذا الصدد أن الاتجاه الرئيس لوسائل الإتصال الجماهيري حتى بداية الثمانينيات ظل يحرص على توجيه الرسائل للجماهير العريضة (Massification)، إلا أن الاتجاه الجديد لوسائل الإعلام الإلكترونية أصبح يتجه نحو تفتيت الجمهور (Demassfication) عن طريق إتاحة عدد هائل من الرسائل الإتصالية الموجهة إلى مجموعات صغيرة أو أفراد، ومن مظاهر هذا التحول انتشار خدمات التلفزيون الكابلي التفاعلي التي تُتيحُ للمُتلقين الأفراد اختيار نوع الرسائل المناسبة لميولهم الفردية وفي الأوقات التي تلائمهم، وكذلك خدمات التلفزيون ذات القوة المنخفضة (LPTV) الموجهة لقطاعات متجانسة وصغيرة العدد، وخدمات الراديو ضيقة النطاق (Narrow-Casting) التي يزداد انتشارها جنباً إلى جنب مع الخدمات واسعة النطاق (Board- Casting)[120].

العلاقة بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي:

قد يظن البعض أن الإعلام المرئي المسموع قد طغى على الإعلام المكتوب لارتباط وسائله بالتطور التكنولوجي، مما يجعل الصحافة في موقع منافسة ليست في صالحها، إلا أن الباحثين قد أشاروا إلى أن الإعلام المكتوب الذي أفاد من التكنولوجيا الحديثة أيضاً إلى حد كبير هو في وضع تكميلي، لا موقف منافسة نظراً لما يتمتع به من ميزات وخصائص تجعله بعيدا عن المنافسة [121].

ولعل ما أشار إليه يحيى اليحياوي في مؤلفه «أوراق التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية» من أن الثورة الرقمية التي شهدها العالم مؤخراً تمتلك قدرة فائقة على مزاوجة القطاعات الثلاثة للإعلام، المسموعة والمرئية والمكتوبة، يؤكد تكامل أدوار هذه القطاعات الثلاثة وفقاً لذلك أضحت وسائل الإعلام أكثر تفاعلية وأكثر تناغماً في إطار ما يسمى بظاهرة الاندماج التكنولوجي» [122]، وعلى العموم فقد

برزت في الإعلام التقليدي أو الصحافة تحديداً مظاهر تكنولوجية جديدة من طباعة وبنوك معلومات وغيرها، ما يجعلها مواكبة للتطور التقني وبالتالي ملبية لاحتياجات جمهور المُتلقين على اختلاف أذواقهم ومتطلباتهم، خصوصاً أنها تتميز بمجموعة من الخصائص لعل أهمها قدرتها على نقل المعلومات كاملة في الزمان والمكان المناسبين، وتسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض للرسالة الإعلامية وقراءتها أكثر من مرة والاحتفاظ بها إن أراد، فضلاً عن إنها تسمح بتطوير الموضوع وتحليله[123].

وعلى الرغم من أن العلاقة بين وسائل الإعلام الإلكترونية ستؤثر بشكل أو بآخر في وسائل الإعلام التقليدية وبخاصة الصحف الورقية التي لم تُعَدُّ قادرة على مواكبة التحولات في بيئة العمل الإخباري، فانتقل الكثير منها إلى البيئة الإلكترونية الافتراضية من أجل الحصول على موطئ قدم في المشهد الإعلامي الجديد، وهذا يدعو إلى القول: بأن وسائل الإعلام التقليدية لا تندثر لأنها تتمتع بتعرض واسع بين الجماهير وهي قادرة على التعايش مع الوسائل الجديدة [124].

إن وسائل الإعلام الإلكترونية لم تقضْ على الوسائل القديمة، وثبت عن طريق واقع عمل وسائل الإعلام بأنه لا يمكن لأية وسيلة أن تلغي دور الوسيلة الأخرى، بل على العكس فالإنترنت خدمت جميع وسائل الإعلام الجماهيري وعملت على تطويرها وعولمتها؛ إذ ظهر مصطلح العولمة في مجال الإعلام ومضت عولمة الإتصال عن طريق التواصل والإتصال أي التكنولوجية المتطورة وهي الشبكات التي تقوم بنقل الأخبار والمعلومات عبر الكرة الأرضية، ودور الإنترنت اليوم أساسي في هذه الثورة العالمية التي تتحكم في مسيرتها تكنولوجيا الإعلام متعددة الجنسيات. إذ تختلف الإنترنت عن وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، لأنها مفتوحة الاستخدام من مختلف المستويات والدول، وتمكنهم من تبادل المعلومات والآراء والأفكار بحرية دون أي رقيب [125].

وليس ثمة ما يشير إلى اختفاء وسائل الإعلام التقليدية إنما ستستمر لعشرات

قادمة من السنين كمصادر مهمة للإعلام والمعرفة والترويج وينبغي تأمين الجهود التي تبذل لاستمرارها ومضاعفة كمياتها وتحسين نوعياتها [126].

وفي هذا الصدد يرى بعض المختصين وفي مقدمتهم أنجلو اغوستيني أن الابتكارات الجديدة في تكنولوجيا وسائل الإعلام لم تقضْ على سابقاتها لكن الشيء الذي أحدثته هو التغير في أنماط الإنتاج وفي الوسائل، هذه التطورات في المهنة وفي ثقافتها بدون القضاء على الصحافة أو على الوسائل الإعلامية الأخرى[127].

بقي هناك أمر في غاية الأهمية وهو أن وسائل الإعلام الإلكترونية أصبحت منافساً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية، في مجال الأخبار والإعلام والترفيه، كما أصبحت تتمتع بجمهور كبير، وبسمات خاصة، تجعلها قادرة على جذب الجمهور، وعلى تغير المضمون الإعلامي، وطريقة عمل الصحفيين، وصناعة الأخبار، وطرح تصور جديد للعلاقة بينها وبين الجمهور ومن هذه السمات التفاعلية والفورية واللاتزامنية وتجاوز الحدود المكانية واللامركزية والمرونة وغيرها، كما خلقت لذاتها مجموعة خاصة من القيم وأساليب العمل التي تتفق مع طبيعتها [128].

وبشكل عام فإن الإنترنت وسيلة إعلامية مهمة أُضيفتْ حديثاً إلى وسائل الإعلام الكوني، مثل الإذاعة والتلفزيون وعن طريقها يتم استقبال أي بث إذاعي وتلفزيوني، فضلاً عن الصحف الإلكترونية، فإعلام الإنترنت هو فضاء إتصالي تتعايش فيه وسائل إعلامية مختلفة [129].

المبحث الثالث

الخدمات الإخبارية

تطور الخدمات الإخبارية:

تتطور الخصائص العامة للصحافة والخدمات الإخبارية في الإنترنت مع تطور الشبكة نفسها، لاسيما أنها في حالة تطور مستمر. ولعل ما جلبته الإنترنت لصناعة النشر لكونها تجاوزت مسالة توظيف التقنية لتطوير صناعة الصحف إلى تقديم حلول شاملة في مجالات جمع المعلومات والأخبار، وتحريرها، ونشرها وإيصالها إلى الجمهور في بيئة الكترونية متكاملة [130]، الأمر الذي جعلها وسيلة إعلامية مهمة أتاحت لمستخدميها أنواعاً عديدة من الإتصال واستقاء وتبادل المعلومات والأخبار ومما عزز هذه الخصائص سرعة هذه الخدمة، وتواضع تكاليف توزيعها، ووصولها الجماهيري وطبيعة إتصالها التفاعلي مما له اثر كبير على كيفية استقاء الناس للأخبار، وانعكس تأثيره على صناعة تقديم الخبر للجماهير من قبل وسائل الإعلام التقليدية[131].

لقد غيرت الإنترنت طبيعة صناعة وإعداد الأخبار وطريقة إيصالها وتبادلها. ففي نهايات تسعينيات القرن الماضي كان هناك أكثر من 3600 صحيفة تحتفظ بمواقع لها في نظام خدمات الإتصال المباشر (Online) مقارنة مع 20 فقط في العام 1994؛ إذ كانت الشبكة في بدايتها ومنها حوالي 2000 من مواقع الصحف على (Online) هي في الولايات المتحدة والبقية في كندا وأوربا وبقية أنحاء العالم، كما كانت هناك عشرات من محطات التلفزيون وأكثر من 2000 مجلة تخصص لها مواقع في نظام الإتصال المباشر، وقد ظهرت على (Online) شبكة (CNN) لتقدم خدماتها الصوتية والصورية على مدار الساعة. أما شركة مايكروسوفت (Microsoft) فقد دخلت المنافسة بأن جندت 200 صحفي لموقعها في مشروع مشترك مع شبكة (MBC) والشبكة الكابلية (CNBC)[132]. وكانت تُعَدُّ مصدراً مهماً للمعلومات والأخبار،

فضلاً عن ذلك كشفت إحدى الدراسات[133] أن مواقع الأخبار والمعلومات المتوافرة على الشبكة، تعود إلى شركات شهيرة في مجال المعلومات والأخبار الموثوقة بسبب السمعة الجيدة لهذه الشركات في هذا المجال. وقد توضح ذلك جلياً في المواقع التي تملكها شبكة (CNN) ورويترز، والمواقع الإلكترونية، أو شركات البث مثل (BBC) كذلك في مواقع الأخبار ومراكز المعلومات التي تعود إلى جامعات ومراكز الأبحاث العلمية الكبرى التي واكبت تطور الشبكة.

وفي الحقيقة، فإن أول تجربة نشر الأخبار إلكترونياً بدأت العام 1971، عندما قام مكتب البريد العام (General Post Office) في المملكة المتحدة ببدء العمل فيما يُطلَق عليه خدمة بريستل (Prestel)، وفي البداية أُتيحت هذه الخدمة للجمهور العام 1979، إذ قدمت هذه الخدمة: نشرات إخبارية، ومكنت الجمهور من إجراء المعاملات المصرفية من المنزل (Home Banking)، وحجز تذاكر الطيران، كما قدمت لهم معلومات أخرى بواسطة شاشات خاصة أشبه بشاشات التلفزيون [134].

وبحلول العام 2002 كان نحو 4900 صحيفة عبر العالم قد أخذت مواقعها على الشبكة منها 2800 من الولايات المتحدة الأمريكية، مما أتاحت الفرصة للمتصفحين والباحثين للاختيار وبمعدلات كبيرة، وبالمقابل فإن الصحف لا تُعَدُّ الوسيلة الوحيدة للإعلام على الشبكة فهناك المجلات التي بلغ عددها في نهاية العام 2002 نحو 1900 موقعاً، ويبدو الأمر أكثر ضخامة بالنسبة للإذاعات فقد دخل إلى الشبكة نحو 800 محطة راديو وتلفزيون، وشبكات إذاعية تقدم معظمها قوائم بموادها المسموعة والمرئية وجداول للأحداث والأخبار وتقارير الطقس في حين تقدم محطات أخرى بثها المباشر على الشبكة مع لقطات الفيديو، وتُتيحُ بعض المواقع خدمة البحث عن لقطات الفيديو[135].

وتُشيرُ الإحصائيات المختلفة إلى أن 79٪ من الصحف في العالم أصبحت تمتلك مواقع لها على الإنترنت فضلاً عن إقبال العديد من المواقع الإلكترونية التي لا تنتمي إلى حقل الإعلام على أنشاء بوابات لتقديم خدمات إخبارية مختلفة[136].

وفي هذا المجال فإن التوقعات المستقبلية تشير إلى أن عدد محطات الراديو والتلفزيون على الشبكة سوف يفوق بكثير عدد مثيلاتها التي تبث على الموجات الهوائية العادية[137].

وأولئك الذي يعرفون أين يبحثون على الإنترنت يمكنهم أن يجدوا ملخصات إخبارية (News Summaries) في الجرائد الصادرة في دول العالم المختلفة. وعلى سبيل المثال، تقدم «دكلارينت» الأخبار المستقاة من الخدمات الإخبارية، وهذه الأخبار مُصَنَّفة حسب المنطقة الجغرافية والموضوع، ولوكالة أسوشيتيد برس وشبكة سي أن أن (CNN) موقعان إخباريان منفصلان، وهكذا تفعل مئات الجرائد ومحطات التلفزيون ومحطات الراديو والمجلات والنشرات. والجدير بالملاحظة أن عدد هذه المواقع في زيادة مطردة بصفة يومية [138].والواقع أن المحتوى الإخباري لا يقتصر عرضه على صفحات الويب، إذ يقوم بعض الناشرين باستخدام البريد الإلكتروني في تسليم مطبوعاتهم على الإنترنت، مثل النشرات المجانية التي تُرسَلُ على عناوين البريد الإلكترونية للمشتركين، التي تشمل الأخبار والتقارير التي يريد المستخدم استقبالها. فعلى سبيل المثال تقدم مجلة الايكونومست (The Economist) البريطانية نشرتين أسبوعياً للمستخدمين الراغبين الأولى للأعمال والثانية للسياسة [139].

كما أن هناك في الوقت الراهن نوعاً من الثقافة الإخبارية الجديدة القائمة على شبكات اجتماعية مكونة من أفراد يتشاركون في إقتسام التقارير والقصص الخبرية وتداولها بينهم. ومثل هذه المواقع الخاصة بتلك الشبكات من الأفراد مثل موقع (Digg. Com) الذي أكتسب شعبية كبيرة لدى فئة الشباب المهتمة بالأخبار وهي فئة تسعى مختلف الصحف جاهدة للوصول إليها[140].

كما أصبحت المجموعات الإخبارية وسيلة أيضاً لنشر الخبر قد تكون أسرع وأهم عند البعض من المواقع الإخبارية الكبيرة على الإنترنت، والمجموعة الإخبارية تتكون من عدد معين من المشتركين تصلهم رسائل متعددة بصفة منظمة قد تحتوي على معلومات أو أخبار أو مقالات أو طرائف وغيرها [141].

فضلاً عن ذلك اتضح عن طريق دراسة لأهم خصائص المواقع الإخبارية، أن التفاعلية أهم خاصية تتمتع بها هذه المواقع، سواء كانت صحفية أو إذاعية أو تلفزيونية؛ إذ يتفاعل الجمهور من الإبحار في النص والولوج إلى عناوين فرعية حسبما شاء إلى الإتصال السريع بالمُحرِّر، بل وإضافة مضمون كما هو الحال في اليوميات الإخبارية وإنشاء الصفحات الخاصة بالقراء[142]، التي بدأت تنتشر وهي ليست صحافة رقمية بالشكل المعروف، وإنما هي يوميات إخبارية يمكن لأي فرد إقامة موقع وطرح موضوع للنقاش العلني بحيث يتنامى السياق التفاعلي في مناقشة الخبر المطروح، وأصبح هذا النمط الجديد أكثر عمقاً في تغطية الأخبار من وسائل الإعلام التقليدية [143]، كما أتاح توسع الإنترنت للناشرين التحول من نماذج الصحف التقليدية لتقديم الأخبار إلى تقديم المحتوى الإخباري بعدة طرق منها على سبيل المثال منتديات الحوار التي تكون بمثابة مصادر للمعلومات ومجالا أكثر للتفاعل مع زوار الموقع[144]. وتأسيساً على ذلك فإن أهمية تلك النتيجة تكمن في حرية استخدام المواقع الإخبارية المتاحة للتعبير عن الآراء بدون أية قيود كتلك التي تواجهها الصحافة المطبوعة أو وسائل الإعلام التقليدية.

الإنترنت مصدر رئيس للأخبار:

يمكن القول هنا: أن الإنترنت أصبحت وبفضل انتشارها الواسع من ناحية وغزارة المعلومات التي تحتويها من ناحية أخرى أحد أهم مصادر الأخبار للصحافة ووسائل الإعلام المعاصرة.

ويؤكد ذلك تزايد أعداد الصحفيين الذين يستخدمون الشبكة في جمع المعلومات وكتابة التقارير والموضوعات الإخبارية بل وإجراء الحوارات عبر البريد الإلكتروني والوصول إلى الوثائق والمصادر المناسبة للموضوع.

فقد كشفت الدراسات[145] التي أُجريتْ حول استخدام الصحفيين للإنترنت في الحصول على الأخبار والمعلومات أن الطريقة التي يبحث فيها الصحفيون عن

أخبارهم قد تغيرت في أثناء السنوات الأربع الأخيرة من القرن الماضي بمعدل يفوق تغيرها في الأربعين سنة التي سبقتها، وتشير أيضاً إلى أن نحو 39٪ من الصحفيين في المؤسسات الإخبارية في الولايات المتحدة يستخدمون الإنترنت في البحث والإعداد لموضوعاتهم الصحفية.

ويقول الدكتور شريف اللبان: تواجه الآن وسائل الإعلام التقليدية والصحافة المطبوعة، والتلفزيون منافساً جديداً نسبياً يكتسب شعبية مذهلة. إذ تثبت الإنترنت يوماً بعد يوم أنها لاعب رئيس في مجال نشر الأخبار، على الرغم من أنّ بعض الإصدارات الإلكترونية للجرائد لاتزال تنشر معظم أخبارها مأخوذة من الإصدارات المطبوعة التي تتبعها. فإنه توجد اختلافات عميقة ومهمة تظهر في المضمون بين الإصدارات المطبوعة والإلكترونية. ففي الوقت الراهن تقوم العديد من مواقع صحف الإنترنت بإضافة مزيد من المواد الإخبارية التي تحصل عليها من الخدمات السلكية، وتستطيع بعض الصحف خلق قصص خبرية خاصة ونشرها في إصداراتها الإلكترونية فقط [146].

وعلى الرغم من تعدد أوجه الاستخدام لشبكة الإنترنت إلا أن المواد الإخبارية للشبكة تمثل جانباً مهماً من تكوينها المعلوماتي لما تُشَكّلَه الأخبار والمواقع الإخبارية من أهمية لدى الجمهور، إذ يلاحظ تزايد الإقبال على متابعة الأخبار، ويضاف إلى ذلك أن وسائل الإعلام تفيد من خدمات الشبكة في مجال استقبال الأخبار.

وتشير الإحصائيات الأمريكية إلى أن الإنترنت أصبحت فعلاً مصدراً رئيساً لتلقي الأخبار بنسبة تزيد عن 30٪ من مجموع القراء تحت سن الثلاثين سنة، وبذلك تصبح الإنترنت مصدراً ثالثاً للأخبار إلى جانب الصحافة اليومية وشبكات التلفزيون، وأنهم يحصلون على الأخبار من مواقع الإنترنت المختلفة ومن بينها مواقع الصحف اليومية [147].

وذكرت الباحثة عبير حمدي أن أهم أسباب الاعتماد على الإنترنت كمصدر للأخبار والمعلومات هي: الفورية في نقل الأحداث، ومصدر موثوق به إلى درجة

كبيرة، وجود متابعة مستمرة وتحليلية، وعمق المعالجة والتفاصيل الدقيقة عن الظاهرة وإمكانية استدعاء المعلومات في أي وقت مناسب للمستخدم[148].

فضلاً عن ذلك فإن حجم المعلومات غير المنظمة، والتي لم يتم تحريرها، والمتاحة على الإنترنت اليوم تُعَدُّ ضخمة للغاية لدرجة أن القارئ الذي لديه الكثير من وقت الفراغ هو فقط الذي يستطيع مطالعة هذا الحجم من المعلومات لكي يتعرف على أخبار اليوم.

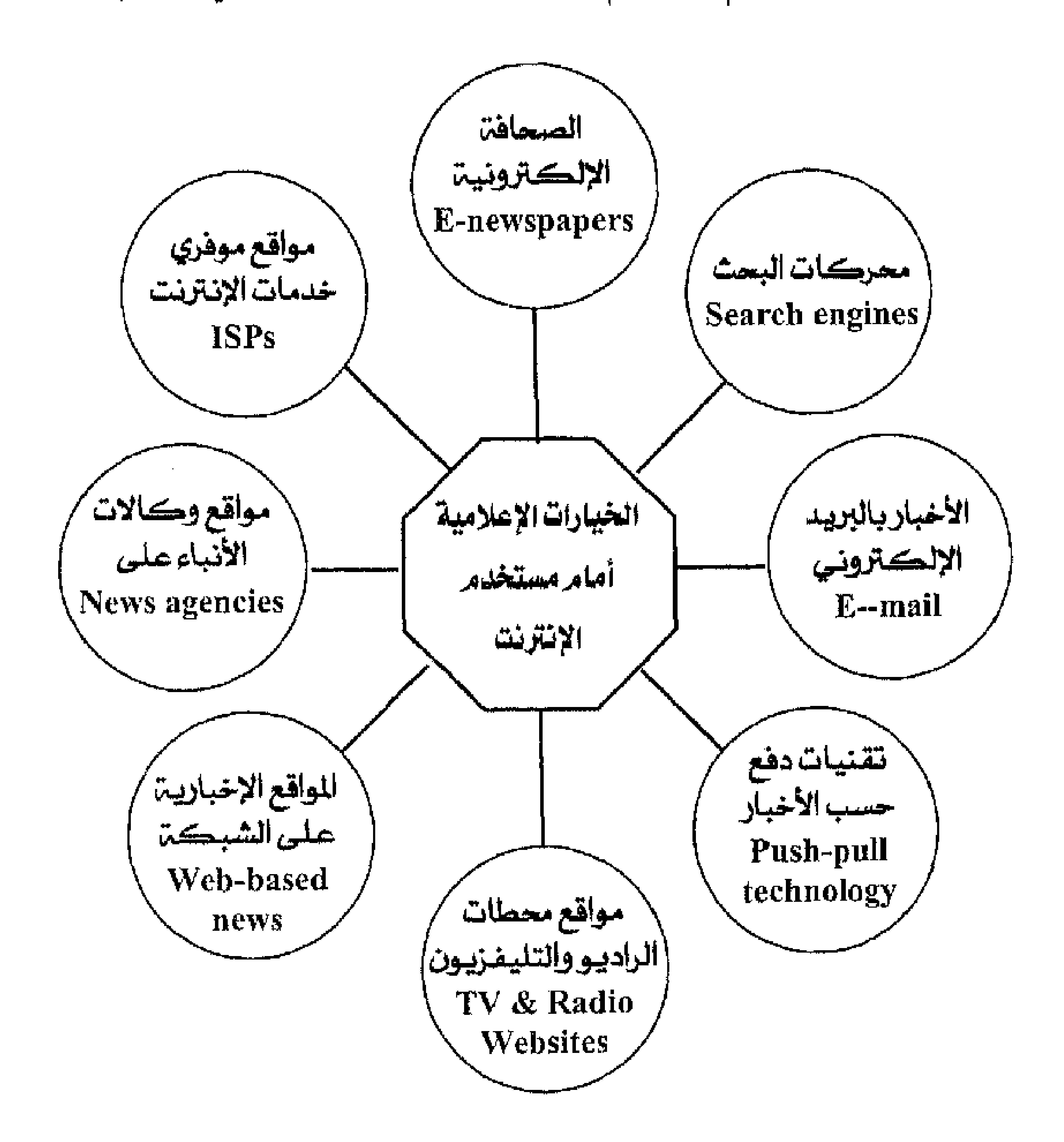
ولاشك أن القراء سوف يبحثون عن تقارير إخبارية منظمة وهذا هو عمل الصحفيين في المستقبل وما يؤشر ذلك ما ذهب إليه الدكتور نصر الدين لعياضي:

«إن هذا التدفق في الأخبار أعاد ترتيب أدوار ومهام وسائل الإعلام التي كانت متميزة إلى حد ما ما قبل الإنترنت. فالصحافة، التي كانت تُفيد من عامل الوقت لتنأى عن الأحداث الساخنة، تميل إلى تفضيل التعليق على الأحداث أكثر من نقلها، لقد دفع الإنترنت العديد من مواقع الصحف إلى ملاحقة الأخبار ونشرها وتجديدها. فاقترب نشاط بعض الصحف من وكالات الأنباء. أما التلفزيون فأصبح يركز على البث المباشر للأخبار في أثناء وقوع الحدث. وهكذا التقت الصحافة المكتوبة والتلفزيون لأداء المهام والوظائف التي كانت تقوم بها الإذاعة ووكالات الأنباء بشكل أفضل» [149].

إن هذا يؤكد ما أشارت إليه الدراسة سابقاً أن الإنترنت فرضت منطقاً جديداً غيَّر ميدان صناعة الأخبار وتبادلها من العمق وأحدثت تغيراً في أنماط الإنتاج وفي الوسائل، وهذه التطورات كانت على مستوى المهنة الإعلامية وثقافتها دون القضاء على الصحافة أو على الوسائل الإعلامية الأخرى. وأخيراً ما يميز أخبار الإنترنت من حيث القوة هما صفتا الآنية والتفاعلية.

نماذج الخدمات الإخبارية على الإنترنت:

أتاحت الإنترنت أمام المستخدم خيارات إعلامية متعددة، كما في الشكل (1-1):



الشكل (1-1) الخدمات الإخبارية المتاحة أمام مستخدمي الإنترنت

المصدر: فايز عبد الله الشهري، واقع ومستقبل الصحف اليومية على الإنترنت، مصدر سابق، ص15.

إذ تتوافر الخدمات الإخبارية في الإنترنت في أشكال مختلفة تتجاوز الأطر التقليدية من صحافة ووكالات أنباء وإذاعة وتلفزيون، وتجمع الوسيلة الواحدة عدة خدمات تتساوي في حجمها أحياناً لتكمل تقديم الخدمة الإخبارية، سواء كانت إذاعية أو تلفزيونية أو غيرها.

وهناك تطبيقات جديدة تتجاوز الصحف ووكالات الأنباء. توفرها جهات مختلفة مثل المُسْتَعْرِضات[*] ومحركات البحث التي تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت. فمُسْتَعْرِض نيتسكب (Netscape) ومايكروسوفت أكسبلورر (Microsoft Explorer)، يقدمان خدمة إخبارية تغطي خدمات مختلفة بطرق منوعة، كما أن موقع ياهو (Yahoo) يقدم هو الآخر شكلاً مشابهاً مُعْتَمِداً على وكالات الأنباء ومصادر الإنترنت الأخرى. وهناك مواقع إعلامية أخرى تجمع كل الخصائص الإعلامية مع خصائص الإنترنت مثل فوكس نيوز (Fox News) (MNSBC)، إلا أنها لا تُعَدُّ صحيفة أو وكالة أنباء أو قناة تلفزيونية، لكنها عبارة عن هجين من تطبيقات إتصالية مختلفة يُطْلَق عليها في النهاية المواقع الإخبارية التي تُفيدُ من مزايا النشر في الإنترنت [150].

وتقدم تغطية إخبارية شاملة لأحداث اليوم والأخبار العاجلة والتقارير المعمقة للموضوعات المختلفة بالوسائط المتعددة والصوت والفيديو فضلاً عن خدمة (MSNBC) التي تسمح للمستخدم أو المستفيد بإنشاء صفحة خاصة لتلقي العناوين الرئيسة والمعلومات التي تهمه وقراءة الأخبار المحلية والالتقاء بقراء آخرين في ساحات حوار وإرسال رأيه في الخدمة حول الموضوعات المطروحة أو المذاعة [151]، ونستعرض هنا عدداً من الخدمات الإخبارية على الإنترنت:

1- وكالات الأنباء:

لا تتخلف أية وكالة أنباء عالمية كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على الإنترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والاسوشيتدبرس ووكالة الأنباء الفرنسية وشينغوا

ويونايتيد برس توفر جنباً إلى جنب مع وكالات إقليمية وقومية ومحلية خدمات إخبارية بمختلف أنواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجاناً وبعضها بمقابل ثمن، وتقدم بعض الوكالات خدماتها الإخبارية السياسية والاقتصادية والرياضية، بلغات عالمية مختلفة كوكالة الصحافة الفرنسية ورويترز وشينغوا، كما تمتاز خدمات هذه الوكالات بتقديم منتجات شبكية من خدمات الصور والرسوم فضلاً عن خدمة تلفزيونية تقدم نماذج للقطات تلفزيونية.

2- إذاعة الإنترنت:

وهي عبارة عن تطبيقات برامج صوتية كومبيوترية يتم استخدامها للبث عبر الشبكة اعتماداً على تكنولوجيا تدفق المعلومات (Streaming) لتشغيل المواد الصوتية (Audio) أو الفيديو (Video) فلم تُعَدُّ الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة؛ ويقول محمد عارف: «إن راديو الإنترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المُتلقين والمشاهدين ومورِدي المعلومات، وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكومبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في الإنترنت وتُتيحُ الشبكة الرقمية لكل فرد إن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية» (152).

وتميل بعض الإذاعات إلى تقديم خدمات إخبارية نصية وصور وأشكال إيضاحية كما في موقع هيئة الإذاعية البريطانية (BBC) الذي يقدم خدمات إخبارية بمختلف اللغات وخدمات صوتية، كما يقدم تقارير إخبارية مكتوبة وصوتية وصور وساحة حوار ومناقشة.

وبدخول الراديو الإنترنت، أصبح هناك آلاف المحطات الإذاعية التي تبث على مدار 24 ساعة على الإنترنت ونستقبلها بكل سهولة على جهاز كمبيوتر، كما أن معظم المحطات الإذاعية العريقة المعروفة تبث برامجها عبر الإنترنت جنباً إلى جنب

مع البث التقليدي وإذاعة (BBC) مثلاً على ذلك، وإلى جانب هذا هناك محطات إذاعية لا تبث سوى عبر الإنترنت، منها محطات متخصصة تبث جميع أنواع الموسيقى بلا توقف، كذلك المحطات المتخصصة في الأخبار والرياضة وبرامج المرأة وغيرها [153].

3- البث التلفزيوني عبر الإنترنت:

«ويستخدم البث التلفزيوني عبر الإنترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعاً لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث، وتتم تغذية محطة التقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تُكَوِّنُ مجتمعة الملف المراد بثه، ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط وتُحَوَّلُ إلى هيئة العرض، وتُرسَلُ هذه الملفات عبر إتصال شبكة رقمية إلى أحد مُلقمات الإنترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري»[154]، ويقول بهاء عيسى: «مع كل التقدم الحاصل في الإنترنت إلا أن البث التلفزيوني فيها لم يصل إلى النضج التكنولوجي الذي يضعه في خانة الاعتمادية، إذ إن تنزيل الصورة يأخذ زمناً طويلاً وهي نفسها مازالت ضعيفة في مستواها الفني الذي ينبغي أن تكون عليه» [155]. وتشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة؛ إذ يتم عن طريقها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون، مثال ذلك شبكة سي أن أن (Cable News Network). كما أفاد البث التلفزيوني عبر الإنترنت من المواد الفيلمية كافة التي لايمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية أو المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعمليات عسكرية كما حدث في العراق، ودول أخرى في العالم أو الجرائم التي يصورها هواة عرضياً أو حتى التي تصور في أثناء كاميرا جهاز الهاتف المحمول يتمثل ذلك بخدمة سي أن أن التفاعلية وهي ليست خدمة تلفزيونية في الواقع لكنها خدمات أخبار ومعلومات متكاملة تقدم النصوص والخدمات الصوتية والفيديو والرسومات وتتيح أدوات تفاعلية مختلفة ومن المفيد الإشارة إلى ان تقنية الوسائط المتعددة في الإتصال أتاحت للتلفزيون أن يكون أكثر انتشاراً في

مؤتمرات الفيديو عن بُعدٌ أو المؤتمرات المتلفزة (Video Conference) والمؤسسات الثقافية والعلمية[156]، هذا فضلاً عن الاندماج الذي حدث بين الحاسب الشخصي والتلفزيون والذي نتج عنه ما يسمى (بتلفزيون الحاسب الشخصي) أو (التلفزيون التفاعلي) أو (التلفزيون الرقمي).

4- خدمة الأخبار بالهاتف المحمول:

وبالنظر لاشتراك الهاتف المحمول بالكومبيوتر وكذلك الإنترنت فقد تمت الإفادة من المُشْتَرَكِ بين الهاتف المحمول والإنترنت وتم توفير ميزة تلقي البريد الإلكتروني ويتم عبر خدمة الرسائل الهاتفية (Short Message Service) تقديم طيفاً واسعاً من الخدمات الإخبارية للمشتركين تشمل: خدمات وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية والمواقع الإخبارية في شكل نصوص أو وسائط متعددة تُستَقْبَل بواسطة الهاتف المحمول. هذا فضلاً عن إرسال وإستقبال وعرض الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتف إلى آخر أو من هاتف إلى البريد الإلكتروني على الإنترنت.

5- خدمة الواب:

وهو نظام كومبيوتري يحول صفحات الإنترنت المصممة للكومبيوتر ليجعلها صغيرة بالشكل الذي يناسب شاشات الهواتف المحمولة أو الأجهزة الإلكترونية المحمولة الأخرى، ويقول د. رميح بن محمد الرميح: «تم تطوير بروتوكول الواب في العام 1997 عندما اجتمعت بعض الشركات المُصَنِّعة للهاتف المحمول وفي مقدمتها نوكيا وموتورولا وأريكسون فضلاً عن شركة فون دوت كوم التي كانت تُسمى في ذلك الحين (Unwired Planet) لغرض ربط أهم شبكتين في العالم: شبكة الهاتف المحمول وشبكة الإنترنت فيفيد المستخدم من خاصية المحمول ومما تقدمه الإنترنت من خدمات ومعلومات» [157]، أما التطبيقات التي يمكن توفيرها عبر الواب فتتضمن الرسائل الصوتية والإلكترونية، الحوار، التصفح، أو الحصول على

المعلومات الضرورية كأسعار العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة المتنقلة، والدخول على الشبكات المحلية وغيرها.

وعلى الرغم من وجود خدمات إخبارية جديدة على الإنترنت، إلا أن وكالات الأنباء التقليدية، وقادة وسائل الإعلام السائدة سي أن آن وبي بي سي والجرائد المتميزة عالمياً قد وطدوا مراكزهم بالفعل باعتبارهم مقدمي المعلومات الأساسيين.

إن ميزة الإنتاج والتوزيع القليل تفتح الباب لخدمات الأخبار والمعلومات البديلة، لكن الإنترنت أصبحت وبشكل متزايد مركز الأسماء الكبيرة في الإعلام المرتبطة باللاعبين الأساسيين، في سوق الإعلام العالمي، وقد خلقت موجة لم تحدث من قبل من الاندماجات بين عمالقة الإعلام، عشر كتل عملاقة مندمجة عمودياً للإعلام، وستٌ منها، وهي نيوزكوربوريشن، وتايم وارنر، وديزني ويرتلزمان، وفياكوم وتي سي أي، استطاعت بالفعل أن تخلط وتوفق بين مجموعة كاملة من الخدمات الإخبارية، تشمل منافذ الإنترنت [158].

الخدمات الإخبارية على المستوى العربي:

حتى وقت قريب كان المواطن العربي مستسلماً أمام حصته الإعلامية الإخبارية التي تأتيه عبر القنوات الإعلامية الرسمية إلى أن ظهرت ثورة البث المباشر مع مطلع التسعينيات التي استجاب لها بعض المواطنين العرب بشراء مستلزمات استقبال هذه القنوات الوافدة، واليوم لم تُعَدُّ القنوات الفضائية ومصادر الإذاعات الدولية المنافس الوحيد للإعلام العربي الإخباري إذ قدمت الإنترنت لمستخدميها منافذ متنوعة من خدمات الأخبار والمعلومات المجانية من كل مكان وعلى مدار الساعة فيما يسميه (Shapiro) ثورة التحكم (The Control Revolution) التي مكنت الجماهير من التحكم في الوسيلة والمحتوى. ومن بين هذه المواقع الأجنبية نسبة لا بأس بها تقدم خدمة الأخبار والمعلومات باللغة العربية وبشكل احترافي منافس. كما تصدر بعض المؤسسات الإعلامية الغربية الشهيرة طبعات عربية من

مطبوعات مثل مجلة (News Week) ومجلة (Foreign Affairs) فضلاً عن العديد من الإصدارات الإلكترونية باللغة العربية التي تتبع لمؤسسات إعلامية عريقة مثل هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) وشبكة (CNN) الأمريكية – وشركة مايكروسوفت (MS-MBC) وحتى الناشرون الفرنسيون دخلوا في المنافسة إذ تصدر طبعة عربية أسبوعية من (Lemonde Diplomatique) الفرنسية على هيئة مطبوعة إلكترونية مع غيرها من المواقع الإعلامية لدول ومنظمات تستهدف الناطقين باللغة العربية وتُحَدِث محتواها على الإنترنت في مدار الساعة(159).

كما تقدم رويترز الخدمات الإخبارية وعلى مدار الساعة تقريراً إخبارياً باللغة العربية، يتم نقله مباشرة إلى مواقع الإنترنت العربية، يغطي الأحداث العالمية عامة وأحداث الشرق الأوسط بصفة خاصة ويتم تحديث الأخبار العربية، التي يبلغ عددها من 50 إلى 80 خبراً يومياً وبصورة مستمرة.

أما وكالة أنباء الشرق الأوسط فتقدم ست خدمات إخبارية في وقت واحد تبث كل منها خدماتها طوال ثماني عشرة ساعة يومياً، على الأقل لتمتد إلى أربع وعشرين ساعة في حالة تغطيتها للأحداث المهمة.

وهذه السوق الإعلامية وإن جعلت الخيارات الإعلامية أمام القارئ العربي متعددة، وحرة وثرية إلا أنها ضاعفت من مشكلات المؤسسات الصحفية المحلية التي تعاني كثيراً من قلة الموارد والمعلنين فيها (160).

أما الخدمات الإخبارية العربية على الإنترنت فهي:

الإذاعة:

تُتيحُ لنا التكنولوجيا الحديثة فرصة للتعرف على مواقع الإذاعات العربية بشكل واضح فضلاً عن خاصية التنوع التي يمتاز بها استخدام التكنولوجيا الحديثة والإنترنت، وعندما نقارن بين هذه المواقع نجد أن لكل إذاعة من هذه الإذاعات أسلوبها الخاص في عرض موادها الإعلامية والإخبارية، وهناك نوعان من الإذاعات:

أـ الإذاعات الحكومية:

توجد على الإنترنت عدة إذاعات حكومية عربية منها إذاعة (مصر، الأردن، الكويت، تونس، السودان، سلطنة عمان) وباستخدام هذه الإذاعات في بثها المباشر لبرنامج (Real Audio)، وبالضغط على الوصلة الخاصة بهذه الإذاعة نحصل مباشرة على البث الحي مثل إذاعة مصر، وهناك إذاعات تمتلك مواقع خاصة مثل راديو تونس، الكويت، ويتنوع البث فيها بين الحي والمسجل.

بـ إذاعات خاصة:

تمتلك لبنان إذاعتين خاصتين هما، راديو وان وراديو أف أم ويرتكز مضمونها على المواد الترفيهية كالأغاني وأخبار الفن... وهناك بعض الإذاعات الفلسطينية التي تبث برامج وأخباراً من في أثناء موقعها كإذاعة بيرزيت وراديو أمواج وصوت فلسطين.

التلفزيون:

تُعَدُّ تجربة البث التلفزيوني العربي عبر الإنترنت في بدايتها؛ إذ لم تتم الإفادة من الخدمات التي تقدمها الإنترنت في هذا المجال بشكل فعال.

ويوجد أكثر من ثلاثة عشر موقعاً تلفزيونياً على الإنترنت، بينها ستة مواقع فقط تقدم بثاً مستمراً، وتعاني من مشاكل تقنية كبيرة منها: كثرة الإنقاطعات في أثناء البث وعدم وضوح الصورة في بعض الأحيان، وتُعَدُ قناة الجزيرة من أفضل المحطات العربية على الإنترنت؛ إذ أن موقعها يجمع بين الأخبار وأشكال صحفية أخرى[(161)].

وكالات الأنباء:

من المعروف أن وكالات الأنباء العربية كلها رسمية وتعبر عن رأي السلطة السياسية، وتأسست معظم وكالات الأنباء العربية في أثناء الخمسينيات والسبعينيات

وهي تُشَكِّلُ المصدر الأساس للأخبار المتدفقة وطنياً، وتوجد حوالي أثنتي عشرة وكالة أنباء عربية وحكومية إلكترونية على الإنترنت تقدم خدمات إعلامية مختلفة مثل نشرة الأخبار، تقارير إخبارية، عناوين الصحف المحلية والصور.

الصحافة المكتوبة:

تتوزع الصحافة العربية المكتوبة حسب دورية الصدور أي كل الفئات المتعارف عليها؛ إذ نجد مواقع الكترونية لصحف يومية وأسبوعية، كما نجد مجلات أسبوعية وشهرية، ودوريات شهرية وفصلية، وإذا اعتمدنا مكان الصدور كمقياس للتصنيف نجد دوريات محلية، وهي دوريات تصدر وتوزع داخل الوطن العربي، كذلك نجد دوريات عربية تصدر خارج الوطن العربي.

وتتوزع الصحف العربية في الإنترنت على ثلاث لغات هي العربية والانكليزية والفرنسية والمواقع الإعلامية الإلكترونية البحثية وهي نوع من المواقع يقدم خدمات إخبارية سواء كانت تقارير إخبارية أو مقالات رأي أو الاثنين معا فضلاً عن خدمات إعلامية أخرى [162].

هوامش الفصل الأول:

(1) محمد نادر عبد الحكيم: لغة الخطاب الإعلامي في ضوء تطبيق نظرية الإتصال، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2006)، ص17.

(2) Mann. F. "New Media" brings a new set of problems, available on http://www.poynter.org./reserarchnm/hm_mann98htm. 1998, accessed at 25-4-2007.

نقلا عن: زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والإتصال، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991)، ص11.

(3) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006)، ص29-30.

(4) فؤادة عبد المنعم، الإتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الإتصال، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2003)، ص10.

(5) Schramm. Wilbur men. Messages, and Media. A look at human communication. New York. Harper 8 row publishers, 1973.

نقلاً عن: محمد نادر عبد الحكيم، لغة الخطاب الإعلامي، مصدر سابق، ص18.

(6) عبد الله مسعود الطويرقي: صحافة المجتمع الجماهيري، سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، (الرياض، مكتبة العبيكان، 1997)، ص86.

(7) فارس آشتي: الإعلام العالمي، مؤسساته، طريقة عمله وقضاياه، (بيروت، دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 1996)، ص7.

(8) عبد العزيز شرف: نماذج الإتصال في الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003)، ص81.

(9) W. Barnett pesrce and Vernon E. Cronen communication. Action and meaning. The creation of social realities. New York, 1980, pp. 13-14.

نقلاً عن: زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والإتصال، مصدر سابق، ص 74.

(10) مي العبد الله: إشكاليات علوم الإعلام والإتصال وانعكاساتها على واقع الأبحاث العربية، دراسة مقدمة إلى مؤتمر التعليم العالي، مؤسسة الفكر العربي، منشورة في ثورة الصورة، المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، سلسلة كتب المستقبل العربي، (57)، (مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، شباط 2008)، ص79.

(11) حسني محمد نصر: الإنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية، (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003)، ص52.

(12) محمود خليل: الصحافة الإلكترونية، المفاهيم والأدوات، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الحادي عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، حزيران 2005، ص4.

(13) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، مصدر سابق، ص53.

(14) عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. دراسة، متاح على الإنترنت منشورة في موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام والإتصال، www.arabamediastudies.net، تأريخ الوصول 25/ 12/ 2007.

(15) فايز عبد الله الشهري: التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الإتصال الجديدة، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول لأكاديمية شرطة دبي، 2003، ص9.

(16) نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2001)، ص264.

(17) نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004)، ص 151.

(18) محمد جاسم فلحي: النشر الإلكتروني، الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، (عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2005)، ص16.

(19) شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص66.

(20) عبد الله بن مسعود الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري، مصدر سابق، ص54.

(21) محمد جاسم فلحي، النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، مصدر سابق، ص20.

(22) حسني محمد نصر: الإنترنت والإعلام، مصدر سابق، ص54.

(23) محمد جاسم فلحي: النشر الإلكتروني، الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، مصدر سابق، ص17.

(24) فريدريك فاسور، وسائل الإعلام في المستقبل، (بيروت، منشورات عويدات، 1996)، ص31.

(25) لقاء مكي: الأشكال التقليدية للمحتوى الصحفي مقابل صحافة الإنترنت، ورقة عمل مقدمة في الندوة التي أقامها موقع الجزيرة نت، في 26 شباط 2006، متاح على الإنترنت في http://www.aljazera.net، تأريخ الوصول 2/ 1/ 2007.

(26) فايز عبد الله الشهري، صورة المملكة العربية السعودية على شبكة الإنترنت، بحث مقدم إلى المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض، 2-5 تشرين الثاني 2004، ص4.

(27) نائلة إبراهيم عمارة: استخدامات الإنترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22- 23 شباط 2005، ص2.

(28) Strang love, M. The Internet as Catalyst for a Paradigms Shift journal of Computer –Mediated Communication., 1994, 1 (8):7p32

(29) فايز عبد الله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الإتصال الجديدة، مصدر سابق، ص12.

(30) السيد بخيت: الصحافة والإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000)، ص23.

(31) عبد الملك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، (عمان، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003)، ص 37

(32) حلمي خضر ساري، ثقافة الإنترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي، (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005، ص26.

(33) عباس مصطفى صادق :صحافة الإنترنت، قواعد النشر الالكتروني الصحفي الشبكي(أبو ظبي، دار الظفرة للطباعة والنشر، 2003)، ص30.

(34) ينظر: السيد بخيت، الإنترنت وسيلة إتصال جديدة،الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (العين،دار الكتاب الجامعي،2004)، ص17- 18.

(35) فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، (بيروت، دار الفكر المعاصر، 2002)، ص160.

(36) الصادق رابح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004)، ص193.

(37) يحيى اليحياوي: أوراق في التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية، (بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، 2004)، ص27.

(38) حسن مكاوي، محمود سليمان لم الدين: تكنولوجيا المعلومات والإتصال، (القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000)، ص24.

(39) الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مصدر سابق ص194.

(40) فريال مهنا: علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، مصدر سابق، ص525.

(41) علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنوإجتماعية، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005)، ص147.

(42) عباس مصطفى صادق: الصحافة والكمبيوتر، (بيروت، الدار العربية للعلوم، 2005)، ص75.

(43) عباس مصطفى صادق: صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص19.

(44) عبد الملك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، مصدر سابق ص97.

(45) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الإتصال: قضايا معاصرة، (القاهرة، المدينة برس، 2002)، ص111.

(46) ديفيد فيليبس: العلاقات العامة عبر الإنترنت، الإعداد والترجمة تب توب لخدمات التعريب والترجمة، (القاهرة، دار الفاروق للطباعة والنشر، 2002)، ص20.

(47) حلمي خضر ساري، ثقافة الإنترنت، مصدر سابق، ص207.

(48) نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، مصدر سابق، ص37.

(49) خلدون طبازة، أسامة محمود الشريف: العالم الرقمي العربي والوسط الرقمي،

تحديات الإعلام الإلكتروني والإنترنت، دراسة مقدمة في ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21-22 نيسان 2001.

(50) أكرم أبو بكر، شبكة الإنترنت وخدمات المعلومات، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 31- 32، ليبيا، السنة 2005، ص116.

(51) أماني محمد السيد، الدوريات الإلكترونية، الخصائص، التجهيز والنشر والإتاحة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007)، ص43.

(52) سعود صالح الكاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، هل الصحافة المطبوعة في طريقها إلى الانقراض، (جدة، شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر، 2002)، ص38، متاح على الإنترنت http://www.ekateb.net، تأريخ الوصول 9/ 2/ 2007.

(53) الصادق رابح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مصدر سابق، ص193.

(*) الأيقونة: صورة رمزية مبسطة تظهر على الشاشة وترمز إلى إحدى العمليات التي يمكن لنظام الكمبيوتر أن يؤديها خاصة في مجال الرسم وذلك للتسهيل على المستخدم بدلاً من كتابة اسم الصفحة بالكامل.

(54) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الإتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص178.

(55) محمد قيراط: الإعلام والمجتمع، الرهانات والتحديات، (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2001)، ص26.

(*) لتوضح طبيعة هذا الاختلال فقد تبين أن نحو 50٪ من مستخدمي الإنترنت في العالم موجودون في أمريكا الشمالية ونحو 30 وفي أوروبا و 16.5٪ في دول المحيط الباسيفيكي التي تشمل اليابان وأستراليا ودول جنوبي شرقي آسيا، و3.5٪ في كل من أفريقيا وأمريكا اللاتينية والشرق الأوسط، وحسب مجلة (Wird) المعنية بشؤون تقنيات الإنترنت في العدد تموز 2000 فإن هناك نحو 40 منطقة ومدينة تمثل كبرى عمالقة المتضاربين في شبكة الإنترنت بينهم 14 في أمريكا الشمالية و6 في أوربا و 10 في آسيا والباسيفيكي.

(56) لقاء مكي: الصحافة الإلكترونية، دراسة في الأسس وآفاق المستقبل، 2000، متاح على الإنترنت www.alajman.ws/vb/showthread.php?=2719

تأريخ الوصول: 2/ 11/ 2006.

(57) ميتشوكاكو: رؤى مستقبلية، كيف سيغير العلم حياتنا في القرن الواحد والعشرين، ترجمة: سعد الدين خرفان، ط1، سلسلة عالم المعرفة، العدد 270، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مطابع الوطن، 2001)، ص69.

(58) إدهام محمد حنتش: مجلة الإنترنت الثقافية، الزرقاء، أنموذجاً، بحث مقدم إلى صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005.

(59) صالح خليل أبو إصبع: تحديات الإعلام العربي «دراسات الإعلام» المصداقية، الحرية، التنمية والهيمنة الثقافية، (عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999)، ص46.

(60) خلدون الشمعة: الماكلوهانية، مجلة الفكر العربي، مجلة تصدر عن معهد الإنماء العربي، السنة الأولى، العدد السادس، بيروت، 1978.

(61) مي العبد الله، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة،أنموذج صحيفة النهار، دراسة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 ت1 2005.

(62) علاء عبد الرزاق السالمي: تكنولوجيا المعلومات، ط1، (عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2000)، ص408.

(63) راسم محمد الجمال، الإتصال والإعلام في الوطن العربي، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004)، ص245.

(64) يحيى اليحياوي: أوراق في التكنولوجيا، والإعلام، والديمقراطية، مصدر سابق، ص42.

(65) الصادق رابح: لإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مصدر سابق، ص143.

(66) السيد يسين، المعلوماتية وحضارة العولمة، رؤية نقدية عربية، (القاهرة، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، 2001)، ص23.

(67) محيي الدين عبد الحليم، فنون الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2006)، ص157.

(68) بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، (القاهرة، عالم الكتب لنشر والتوزيع والطباعة، 1999)، ص47.

(69) مايكل رايت وموكول باتل، التطورات العلمية في القرن 21، الإتصالات والإعلام، ترجمة مركز التعريب للترجمة، (بيروت، الدار العربية للعلوم، 2002)، ص16.

(70) محيي الدين عبد الحليم، فنون الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، مصدر سابق، ص159.

(71) عماد بشير، مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت، أساليب البحث ومعايير التقييم، (بغداد، معهد الدراسات الإستراتيجية، 2007)، ص39.

(72) محمد محمد عبد الهادي، تكنولوجيا الإتصالات وشبكات المعلومات، (القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001)، ص221.

(73) المصدر نفسه، ص220.

(74) علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية، مصدر سابق، ص25.

(75) حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، مصدر سابق، ص211.

(76) فاروق سيد حسين، مؤتمرات الفيديو عن بُعدْ بالصوت والصورة والتلفزيون المرئي، (الجيزة، هلا للنشر والتوزيع، 2005)، ص20.

(77) بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، مصدر سابق، ص315.

(78) فاروق حسين، الإنترنت، الشبكة الدولية للمعلومات، (بيروت، دار الراتب الجامعية، 1994)، ص102.

(79) فاروق حسين، الإنترنت الشبكة الدولية للمعلومات، مصدر سابق، ص103.

(80) محركات البحث العربية، مجلة إنترنت العالم العربي، عدد آب/ 1998، متاح على الإنترنت www.ditnet.co.ae/arabic/internet/tudydollo3.html .
تأريخ الوصول: 3/ 3/ 2007.

(81) فاطمة الزهراء، محركات البحث على شبكة الإنترنت، مجلة سايبرارنس، العدد الثاني- أيلول 2004، متاح على الإنترنت www.cybrarians-info/journal .
تأريخ الوصول: 2/ 3/ 2007.

(*) سيتم تناول تعريف تكشيف المعلومات في الفصل الرابع، المبحث الثاني، ص271.

(82) أيمن عبد الله، محركات البحث على شبكة الإنترنت، (بيروت، الدار العربية للعلوم، 2002)، ص16.

(83) حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني، ط2، (القاهرة، رحمة برس للطباعة والنشر، 2006)، ص7.

(84) محمد الأمين موسى: توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الاول، 2005، ص4.

(85) محمد إبراهيم عايش: المرأة العربية والصحافة الإلكترونية، دراسة تحليلية للحضور الإعلامي للمرأة العربية في ثلاثة مواقع إعلامية إلكترونية، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، حزيران 2006، ص2.

(86) رامي أكرم شريم: الإعلام الإلكتروني العربي، مقاربة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، مجلة يصدرها إتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الرابع، تونس، السنة 2001، ص20.

(87) عثمان العربي: مصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي، دراسة مسحية على متصفحي الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض، مؤتمر صحافة الإنترنت، في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005،ص2.

(88) أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية، (القاهرة، إيتراك للنشر والتوزيع، 2008)، ص53.

(89) محمد إبراهيم عايش، المرأة العربية والصحافة الإلكترونية، مصدر سابق ص3.

(90) الصادق الحمامي: إتجاهات الصحافة الإلكترونية في العالم وفي تونس، دراسة منشورة في مجلة حقائق العدد 1044، في 10/ 1/ 2006، متاح على الإنترنت في مجلة حقائق http://www.haquq.com، تأريخ الوصول 2/ 1/ 2008.

(91) عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة، مصدر سابق، ص12.

(92) Henry Jenkins, the old story of new media. available on

http//www.phs.org/webh/pager/front line/news war/part?/Jenkins.htm. Accessed at 12-3-2007.

(93) مي العبد الله، الإتصال والديمقراطية، الفضائيات والحرب الإعلامية، (بيروت، دار النهضة العربية، 2005)، ص226.

(94) محمد شومان، في ضوء ثورة الإعلام، هل نقول وداعاً للصحافة والإذاعة والتلفزيون، متاح على الإنترنت في مجلة صحف نت www.suhf.net.sa/200ljaz/dec/27/ar2htm، العدد 10628، تأريخ النشر 27/ 9/ 2001، تأريخ الوصول 3/ 4/ 2008.

(95) حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني، مصدر سابق، ص19.

(96) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية، مقاربة أولية، مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005، ص12.

(97) صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي «دراسات الإعلام» المصداقية، الحرية، التنمية، والهيمنة، الثقافية، مصدر سابق، ص45.

(98) حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني، مصدر سابق، ص20.

(99) نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، العدد 318، (الكويت، المجلس الوطني للأدب والثقافة والفنون، 2005)، ص121.

(100) Brody, Douglas. A. Saudi Arabia international media strategy: influence through multinational owner ship in Hfezx. (ed) Mass media politics and society in the middle east. (Hampton press Ine, 2001). p. 138.

(101) أحمد محمد يوسف، مشاكل الإعلام الإلكتروني ومستقبله في الوطن العربي، مقالة منشورة في جريدة القبس، العدد 13599، الكويت، 22/ 11/ 2007.

(102) هيثم الزبيدي، عصر الإعلام الالكتروني، مداخلة في ندوة دور وسائل الإتصال الجماهيري في التنمية الثقافية، ملتقى عمان الثقافي، الذي أنعقد في المؤتمر الثالث عشر للثقافة العربية في العصر الرقمي، 18/ 4/ 2007.

(103) صباح ياسين، الإعلام، النسق القيمي وهيمنة القوة، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006)، ص99.

(104) حسن مظفر الزرو، الواقع الافتراضي في الحاسوب، **هل يحمل** بديلاً عن الواقع الملموس، المجلة العربية للتربية والثقافة والعلوم، عدد 34، **تونس**، 1998، ص89.

(105) نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم **المعرفة، العدد** 184، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1994)، ص302.

(106) الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مصدر سابق، ص90.

(107) فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، مصدر **سابق**، ص82.

(108) Mark **Deuze, the web** and its journalism: considering the consequences of different **types of** news media online SAGE publications, London, thousand oack CA **and** New Dehil Vo 15 (2). 2003, p33..

(109) رامي أكرم شريم، الإعلام الإلكتروني العربي، مصدر سابق، ص14.

(110) ياس خضير البياتي: الإتصال الدولي والعربي، **مجتمع المعلومات** ومجتمع الورق، (عمان، دار الشروق)، 2006، ص11.

(111) لقاء مكي، الأشكال التقليدية للمحتوى الصحفي **مقابل صحافة الإنترنت**، مصدر سابق،URL.

(112) عبد الرحيم صقر، مشروع لغة الشبكات العالمية، **المجلة العربية للعلوم**، العدد 34، تونس، 1998، ص68.

(113) يُنظر: عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية **في الوطن العربي**، (عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006)، ص116؛ مي العبد **الله، الإتصال** والديمقراطية، ، ص220.

(114) محمد شومان، في ضوء ثورة الإعلام، هل نقول وداعاً **للصحافة والإذاعة** والتلفزيون، مصدر سابق.URL

(115) سعود صالح الكاتب، الصحافة العربية في **الإنترنت، المجلة العربية**، العدد 36، السعودية، 2000، ص27.

(116) Morris. **Merrit & Ogan**. Christin. The internet as Mass media. Journalist of mass **communication**. Op. cit., p.53.

(117) سعود صالح الكاتب: الإعلام القديم والإعلام الجديد، **مصدر** سابق، ص3.

(118) رامي أكرم شريم، الإعلام الإلكتروني العربي، مصدر سابق، ص15.

(119) نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، مصدر سابق، ص139.

(120) حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص18.

(121) سمر كرامي، الصحافة النسائية في الوطن العربي، (بيروت، دار النهضة العربية، 2008)، ص32.

(122) يحيى اليحياوي، أوراق في التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية، مصدر سابق، ص29.

(123) راسم محمد الجمال، الإعلام العربي المشترك، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1986)، ص99.

(124) سمر كرامي، الصحافة النسائية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص34.

(125) حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني، مصدر سابق، ص15-16.

(126) شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، (الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1987)، ص154.

(127) أنجلو اغوستيني، ثورة الإنترنت، نقلاً عن محمد قيراط، الإعلام والمجتمع الدهانات والتحديات، مصدر سابق، ص241.

(128) Pavlik V., Jhon, "the future of Online, Journalism: "A guide to who's doing what" Columbia journalism review, July, Agust. 1997 [Online] available: http://archives.cjr.org/year/97/4/online.asp> accessed: 14 Oct. 2007.

(129) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، (عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، 2001)، ص 258.

(130) فايز عبد الله الشهري، صحافة الإنترنت إلى أين؟، جريدة الرياض، العدد 14475، 10 شباط 2008.

(131) عثمان العربي، مصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي، مصدر سابق، ص7.

(132) كارول ريتش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة: عبد الستار جواد، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2002)، ص48.

(133) فايز عبد الله الشهري، صورة المملكة العربية السعودية على شبكة الإنترنت، مصدر سابق، ص13.

(134) Beckett, "From press to click"; Independent on Sunday Review section. 8 May, 1994, p. 106.

(135) Boynton. R. S. New media, May belod medias savior, Columbia journalism review. 2004, P, 32.

(136) نصر الدين لعياضي، الإتصال الحديث في مجال الإعلام، إستتباعات تكنولوجية مداخلة في الندوة العلمية المعنونة: الأبعاد الفكرية والتقنية لاستخدام المعلومات في الإعلام الحديث، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، 18 مارس 2005، مجلة الرافد، العدد 106، دولة الإمارات العربية، حزيران 2006

(137) مجلة إنترنت العالم العربي، العدد السادس، نيسان- مايس 2001، ص41.

(138) Bob Giles "Journalism in the Era of the web", April 2001, available on: http://usinfo.state.gov/ige/gjo7.htm. accessed at 21-2-2007.

(139) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، مصدر سابق، ص85.

(140) دانتي تشيني، الصحافة الورقية في أمريكا... وتحديات النشر الإلكتروني، مقالة منشورة في صحيفة المؤتمر نت، الأربعاء 15 آب 2007، متاح على الإنترنت في www.almotamar.net/news/print.php?id=47884 ، تأريخ الوصول 3/ 4/ 2008.

(141) حسام عبد القادر، الصحافة الإلكترونية، متاح على الإنترنت في موقع إتحاد كُتاب الإنترنت، http://www.araberewriters.com . تأريخ الوصول: 13/ 5/ 2007.

(142) وائل إسماعيل حسن، مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الحادي العشر لكلية الإعلام / جامعة القاهرة، 2005)، ص30.

(143) ياهو تتيح نشر يوميات إلكترونية إلى جانب الأخبار، مقالة، متاح على الإنترنت، في موقع شبكة النبأ للمعلوماتية www.annabaa,org 12/ 9/ 2005. تأريخ الوصول: 5/ 1/ 2008.

(144) محمد شومان، الصحافة الإلكترونية العربية، دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع20، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، تشرين الأول 2003،ص10

(145) لمزيد من التفاصيل ينظر على سبيل المثال:
Carmen. Luk. Technological literacy. 1997, p.7, available on http://www.gseis.uela/courseled/luk/TECHlIT.html, accessed at 2/4/2007

طارق سيد أحمد الخليفي، تكنولوجيا الإتصال الحديثة، (بيروت، كريدية للطباعة والنشر، 2000)، ص79.

(146) شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مصدر سابق، ص49.

(147) نائلة سويل، الصحافة المطبوعة في طريقها إلى الانقراض، مداخلة في مناقشة العلاقة بين الإعلام القديم والإعلام الجديد متاح على الإنترنت في موقع الإعلام الجديد www.ekateb.net، تأريخ الوصول 5/ 10/ 2007.

(148) عبير محمد حمدي، دور الإنترنت والراديو والتلفزيون بإمداد الجمهور المصري بالمعلومات، (رسالة ماجستير، غير منشورة ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001)، ص238.

(149) نصر الدين لعياضي، الإتصال الحديث في مجال الإعلام إستتباعات تكنولوجية، مصدر سابق.

(*) المُستَعْرِض: هو برنامج يسمح للمستخدم بالبحث وعرض وإدارة المعلومات على الشبكة العالمية وخزن المعلومات بأشكال مختلفة.

(150) عباس مصطفى صادق، الصحافة والكمبيوتر، مصدر سابق، ص38.

(151) عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص93.

(152) محمد عارف، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية، (مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، سلسلة محاضرات الإمارات، أبو ظبي، 1997)، ص26.

(153) حسنين شفيق، الإعلام الالكتروني، مصدر سابق، ص85.

(154) بهاء عيسى، شاهد التلفزيون عبر الإنترنت، مجلة انترنت العالم العربي، تشرين الأول 1999، ص ص76-77.

(155) المصدر السابق، ص79.

(156) سامر بيتر، تلفزيون الإنترنت، متاح على الإنترنت في موقع:
www.itp.netarabic/features/detils.php 10-6-2006. تأريخ الوصول 7/ 2/ 2007.

(157) رميح بن محمد الرميح، هل ينجح الويب؟، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنولوجيا، متاح على الإنترنت في www.khayma.com/madina/wab.htm، تأريخ الوصول 15/ 3/ 2007.

(158) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال، ومستقبل صناعة الصحافة، (القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005)، ص287.

(159) Shapiro. J. The Control revolution. New Yourk. A century foundation book public affaires available on <http://www.tbsjournal.com/html/pant-arab-bcasters.html> accessed at 2/3/2007.

(160) فايز عبد الله الشهري، واقع ومستقبل الصحف اليومية على الإنترنت، (دراسة ميدانية على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبقات الالكترونية، بحث مقدم للمنتدى الإعلامي الأول - الجمعية السعودية للإعلام والإتصال، آذار 2003 متاح على الانترنت في http://www.ekateb.net/searchs/docl.doc تاريخ الوصول 15/ 8/ 2007، ص14.

(161) ينظر: عبد الرزاق الدليمي، الإعلام والعولمة، (عمان، دار مكتبة الرائد العلمية، 2002)، ص51-52؛ رامي أكرم شريم، الإعلام الإلكتروني العربي، مصدر سابق، ص16.

(162) رامي أكرم شريم، الإعلام العربي في الإنترنت مقاربة تقنية، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، (تونس، 2000)، ص74.

الفصل الثاني

النشر الإلكتروني

- المبحث الأول: النشر الإلكتروني - مفهومة وأنواعه
- المبحث الثاني: تطور المواقع الإلكترونيـة
- المبحث الثالث: الصحافة الإلكترونيـة

الفصل الثاني

النشر الإلكتروني

المبحث الأول

النشر الإلكتروني مفهومه وأنواعه

مدخل:

أثرت التطورات في تكنولوجيا المعلومات على عملية الإتصال الجماهيري، وامتد هذا التأثير إلى الوسائل الإتصالية نفسها أو الأدوات أو الأجهزة أو المؤسسات التي تقوم بإنتاج وتجهيز ونشر المعلومات أو الرسالة المطبوعة، فقد تطورت صناعة النشر المطبوع في أثناء عقدي السبعينيات والثمانينيات من القرن الماضي، تطورات تزيد في درجتها وعمق تأثيراتها عن التطورات التي حدثت في صناعة النشر منذ اختراع الطباعة وحتى بداية السبعينيات؛ إذ مثلت وبحق الثورة الإتصالية الثالثة في تأريخ البشرية، فقد كانت الثورة الأولى اختراع الكتابة، والثانية اختراع الطباعة، وجاءت تكنولوجيا المعلومات بمحورها الأساسي وهو الحاسبات الإلكترونية لتُحْدِثَ الثورة الثالثة في الإتصال، تلك الثورة الإلكترونية التي غيرت من شكل وأسلوب ومُنْتَج صناعة النشر المطبوع النهائي، إذ غدا نشراً إلكترونياً.

ويشهد العالم حالياً تحولاً إلى النشر الإلكتروني، ومن المتوقع أنه عن طريق التنامي المستمر للإنترنت سوف يصبح الطلب على المنتجات الموجودة على شاشة الكمبيوتر مباشرةً أكبر من ذي قبل، ومن هنا فإن المؤسسات التي تستطيع الحصول على المعلومات مباشرة ستكون المتقدمة في مجال صناعة النشر[1]، لذا أفاد الناشرون من التكنولوجيا الحديثة ومن وسائل الإتصال والمعلومات، ومن عالم البراجيات، فاتجهوا إلى فضاء المعلوماتية والصفحات الإلكترونية والشرائح الممغنطة وأقراص الليزر ووضعوا نتاجاتهم ومجلداتهم على تلك الشرائح الرقيقة وطرحوها في الأسواق عبر الإنترنت، فحدث تضخم هائل وغير مسبوق، ولعل هذا يرجع إلى أن المعلومات تُعَدُّ المورد الإنساني الوحيد الذي لا يتناقص بل ينمو مع زيادة استهلاكه [2].

إن التحول إلى النشر الإلكتروني على الإنترنت بأعداد متزايدة جاء لأسباب سياسية واقتصادية وإبداعية وبخلاف الحال مع وسائل الإتصال التقليدية، فقد تم لأول مرة إتاحة المجال لمستخدمي الإنترنت للتحكم في تدفق المعلومات كماً وكيفاً وتطوير قدراتهم الذاتية، للتحكم في استقبال المعلومات والأخبار التي يريدون قراءتها وفي الوقت الذي يشاءون [3] والبحث عن صفحات الإنترنت لعرض معلومات ليس لها طابع النشر الورقي، ويمكن الوصول إلى العديد من المحتويات سواء كانت متخصصة أو عامة.

مفهوم النشر الإلكتروني

يشير مصطلح النشر الإلكتروني إلى طريقة إنتاج البيانات والوثائق إلكترونياً، عن طريق مجموعة حاسبات شخصية أو صغيرة متصلة معاً بطريقتين إما مباشرة أو عن بُعدْ، ومميزات هذا الأسلوب المستخدم بكثرة في إنتاج الصحف ترجع لكونه نظاماً أتوماتيكياً فيه تسهيلات كثيرة منها اختيار الشكل النهائي للنص وللوثائق بعد مراجعتها وضبطها وتعديلها بدقة وسرعة فائقة [4].

ويميل البعض إلى تعريف النشر الإلكتروني بأنه النشر المطبوع الدوري للصحف (جرائد ومجلات) والنشر المطبوع غير الدوري للكتب والمكتبات والمطبوعات والملصقات وغيرها، بالاستعانة بالحاسبات الإلكترونية في جميع خطوات ومراحل الإنتاج، من جمع، وتوضيب، وتجهيز صفحات وألواح معدنية وغيرها للطبع، ثم الطباعة، وثم التجهيز للتوزيع في مكان واحد، أو في أكثر من مكان في وقت واحد(5).

وبهذا يؤكد المفهوم على تقنية إنتاج الصحف وغيرها من المطبوعات الدورية وغير الدورية بالاستعانة بالحاسب الآلي، فالنشر الإلكتروني هو استخدام أنظمة وأجهزة تعمل بالكمبيوتر في الابتكار والإبداع والصف وتوضيب الصفحات وإنتاج صفحات أنموذجية كاملة ومنتهية، متوسطة أو عالية الجودة.

فالناشر في ظل النظام الإلكتروني يحصل على المعلومات إلكترونياً، ويقوم بتجهيزها ومعالجتها باستخدام الحاسب الآلي، ثم يقوم باختزانها باستخدام وسائط الاختزان كالممغنطات والمليرزات وغيرها، وبعد ذلك توضع المعلومات في الأشكال التي تناسب المستفيد، ثم يتم نقل المُنْتَج النهائي باستخدام شبكات الإتصالات أو البريد؛ إذ يتلقاها المستفيد ويقوم بعملية الاسترجاع والإفادة عن طريق منفذ الحاسب الآلي (6).

ويمكن القول: إن النشر الإلكتروني يعني نشر المعلومات التقليدية الورقية عبر تقنيات جديدة تستخدم الحاسبات وبرامج النشر الإلكتروني في طباعة المعلومات، وتوزيعها ونشرها، وهناك من يذهب بمفهوم النشر الإلكتروني إلى مدى أوسع يحوي كل أشكال أوعية المعلومات غير الورقية. وفي هذا السياق أورد أحد الباحثين تعريفاً للنشر الإلكتروني بأنه واحد من ثلاثة أشكال وهي(7):

1- استخدام الحاسب الآلي لتسهيل إنتاج المواد التقليدية.
2- استخدام الحاسب الآلي ونظم الإتصالات لتوزيع المعلومات إلكترونياً عن بُعْدْ.
3- استخدام وسائط تخزين إلكترونية متنوعة لتوزيع المعلومات بناء على الطلب.

وكذلك فإن إصدار الدوريات والكتب وغيرها عبر الإنترنت أو على قرص ليزري (CD) وتوزيعها على المستفيدين يُمثِل أشكالاً من أشكال النشر الإلكتروني.

ويلخص الدكتور عبد الأمير الفيصل مفهوم النشر الإلكتروني[8] بأنه إصدار أو بث أو طرح الكلمة المكتوبة للتداول بالوسائل الإلكترونية، فإذا ما جمعنا جانبي الصناعة والبث معاً فإن النشر الإلكتروني يعني استخدام الناشر للعمليات المُعْتَمِدة على الحاسب الإلكتروني الذي يمكن بوساطته الحصول على المحتوى الفكري وتسجيله وتحديد شكله، وتجديده من أجل بثه بطرق عديدة، ويرتبط النشر الإلكتروني بعدد كبير من التقنيات كالبرق والتصوير الضوئي والهاتف والحاسبات والأقمار الصناعية وأشعة الليزر، إلا أن النشر الإلكتروني أكثر من مجرد نقل الحروف إلى شاشة العرض، أو إلى آلة طابعة وهو أكثر من تنضيد الحروف، بل أكثر من مجرد وسيلة لاحتواء الوثائق، واسترجاعها. فالنشر الإلكتروني يكفل توفير كميات كبيرة من المعلومات في متناول المستفيد وبشكل مباشر.

ويضيف أيضاً: وتُعَدُّ الحاسبة الإلكترونية بالنسبة للنشر الإلكتروني أكثر من مجرد أجهزة للاختزان والتوزيع، فهي تمنح الناشر القدرة على الارتقاء، ويمكن أن تُسْتَخدَمَ في تنظيم وإعادة تنظيم جميع أنواع المعلومات، سواء على الخط أو على أقراص وأشرطة ومصغرات فيلمية.

الخلفية التأريخية:

شهدت السبعينيات من القرن الماضي، بداية تحرك القائمين على صناعة الصحافة، نحو استخدام أنظمة النشر الإلكتروني في إنتاج صحفهم، إذ حولت الحواسيب التي أُدْخِلتْ إلى المؤسسات الصحافية في الولايات المتحدة الأمريكية في نهايات الستينيات وُطِبِّقتْ في بداية السبعينيات، الجرائد والمجلات إلى خلايا أولية إلكترونية مُبَشِرة بتكوين نظام اجتماعي جديد للمعلومات وحفظها ونشرها وتخزينها واسترجاعها وتوزيعها أو نشرها بشكل يختلف عن كل ما صدر منذ صدور

أول صحيفة، إذ تحولت الصحيفة (جريدة أو مجلة) إلى نظام معلومات إلكتروني وتحول الصحفي إلى معالج وتكنولوجي معلومات [9].

تعددت استخدامات الحاسبات في مراحل الإنتاج السابقة للطباعة إلى استقبال النصوص والصور والرسومات كمبيوترياً من خارج الصحيفة وبخاصة من وكالات الأنباء ابتداءاً من العام 1970، إذ أُرسِلَتْ نسخة من الأخبار من كمبيوتر يتبع لوكالة الاسوشيتدبرس في كولومبيا إلى كمبيوتر آخر في أطلانطا وهذه هي أول مرة يُستَخْدَم فيها الكمبيوتر في طباعة وتحرير وإرسال مادة صحفية عبر خدمة إخبارية لوكالات الأنباء، وفي العام نفسه قدمت يونايتيد برس خدمة مشابهة حينما بدأت باستخدام شاشات الفيديو لتحرير الصحف في واشنطن[10].

وبحلول العام 1976 أدخلَتْ هذه الشاشات إلى مكاتبها المائة في الولايات المتحدة وباستخدام هذا النظام استطاع مراسلو الوكالة صف النصوص على الشاشات وإرسالها إلى الكمبيوتر في مقر الوكالة؛ إذ يمكن استدعاء هذا النص لتحريره وتحديد الأولويات في ترتيب عناصر القصة الخبرية ليصبح هذا النص جاهزاً للتوزيع إلى الصحف المشتركة في هذه الخدمة [11].

لقد أدى ذلك إلى توسيع إطار النشر الإلكتروني من نظام إنتاج المطبوعات إلى نظام معلوماتي شبكي تراسلي متكامل يُفَهْرِسُ المعلومات ويُسَهلُ البحث عنها ويُحيل المستخدم إلى المعلومات ذات الصلة بجانب عمليات تحرير النصوص وإخراج الصفحات.

وقد بدأت ثورة النشر المكتبي العام 1984 مع ثلاث شركات قامت بإحداث تغييرات هائلة في صناعة الكمبيوتر، وهذه الشركات هي مؤسسة أبل للكمبيوتر (Apple Computer Inc) والدوس (Aldos) وأدوب (Adob) فقد طورت أبل كمبيوتر ماكنتوش (Macintouch) وهو كمبيوتر شخصي للنشر المكتبي يصلح للمستخدم الذي يبغى معالجة عناصر جرافيكية في مستنداته.. إذ زودت أبل هذا

الكمبيوتر بفارة وطابعة ليزرية (Laser Printer) تُتيح للمستخدمين إنتاج مستندات عالية الجودة، كما كانت شركة ألدوس من أوائل الشركات التي أنتجت (بيج ميكر) وهو برنامج زهيد الثمن نسبياً وسهل الاستخدام وبتوافق مع كمبيوتر ماكنتوش، ويُتيحُ للمستخدمين تصميم الصفحات وإخراجها وطباعتها بجودة توائم طباعتها بالطرق التقليدية.. وقدمت أدوب (بوست سكريت) (Post Script) وهي لغة طباعية لوصف الصفحات تفهمها طابعة الليزر، لإنتاج أشكال الحروف المختلفة والنصوص والعناصر الجرافيكية [12].

وشهدت الثمانينيات أيضاً استخدام أقراص الليزر في النشر الإلكتروني الذي كان له الأثر في تطور ونمو صناعة النشر وما نتج عنه من ظهور النصوص والوسائط الفائقة، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن هذا التطور نتج عنه توافر أنماط عديدة للنشر الإلكتروني وقد اهتم الإنتاج الفكري بذلك [13].

وقد أصبحت اليوم غالبية الصحف اليومية وبخاصة الكبرى منها، في معظم أنحاء العالم، تعتمد في إنتاجها على التقنية الإلكترونية، بما يشمل كل المراحل الإنتاجية اللازمة لكل العناصر التيبوغرافية والجرافيكية، سواء التحريرية أو الإعلانية المنشورة على صفحات الصحيفة كافة.

لقد أعطى نمو الإنترنت منذ ذلك الحين، وبخاصة تطوير شبكة الويب (Web) العالمية في أوائل عقد التسعينيات، دفعة جديدة للنشر الإلكتروني وجعلت خصائص التفاعلية والحالية ولا محدودية المساحة التي أتاحتها الإنترنت من هذه الشبكة وسيلة مثلى للنشر الإلكتروني، فضلاً عن ذلك فإن الكلفة المنخفضة، وسهولة النقل عبر الحدود الجغرافية وإمكانية تضمن عناصر الوسائط المتعددة في الوسيلة الجديدة كانت أيضاً عناصر جذب للناشرين [14].

ومن ثمَّ غدت الصحف والمجلات تُنتَج الكترونياً بدءاً من الحصول على مادتها التحريرية والإعلانية من مصادرها المختلفة، وانتهاءً بإجراء المعالجات الإخراجية

اللازمة لها، كي تأخذ طريقها للنشر على صفحات الصحيفة، ويتم تحديد وتنفيذ المعالجات هذه في أثناء إجراء ما يُعْرَفُ بالتصحيف أو التوضيب الإلكتروني لصفحات الصحيفة المكتملة على شاشة الحاسب في ظل نظام النشر الإلكتروني المُعْتَمَد في الصحيفة (15).

إن عدداً كبيراً من الناشرين ينهل اليوم من معين تكنولوجيا النشر الإلكتروني، وتُعَدُّ «الواشنطن بوست» مثالاً ممتازاً لهذا النشاط الرائد الجديد فقد أنشأت مؤسسة تابعة جديدة تسمى (Digital Link co.) والتي أصدرت خدمات إخبارية ومعلوماتية لتوزيعها على نطاق واسع عن طريق «طريق المعلومات فائق السرعة»(*) ومن أولى إصداراتها في هذا المجال نسخة كمبيوترية للصحيفة العام 1994، تضم نصوصاً ورسومات وصوراً ولقطات فيديو وموسيقى ووسائل سمعية (16).

المكونات الأساسية لنظم النشر الإلكتروني :

يتكون نظام النشر المكتبي الإلكتروني من عدد من الأجهزة الإلكترونية التي تعتمد في عملها على أساسيات التقنية الرقمية، وتتمثل هذه الأجهزة في أبسط شكل نُظم النشر المكتبي، من جهاز كمبيوتر شخصي أو أكثر (Personal Computers) ووحدة ذاكرة لتخزين البيانات الرقمية، وشاشة عرض (Monitor) وجهاز للمسح الضوئي الإلكتروني بمثابة وحدة إدخال (Input Unit) للعناصر الجرافيكية، وطابعه بمثابة وحدة إخراج (Out Put Unit) للنظام (17).

وتؤلف هذه الأجهزة التي قد توضع جميعاً على منضدة متوسطة الحجم، نظاماً صغيراً يتناسب وأعمال النشر الصغيرة محدودة الأغراض، كإنتاج النشرات الإخبارية (News Letters) للمؤسسات التجارية المختلفة، وتتفاوت نُظُم النشر الإلكتروني بتفاوت مكوناتها، فبدلاً من جهاز واحد لكل مكون، تتعدد الأجهزة التي تُمَثِل كل مكون من المكونات السابقة، لاسيما ما يتعلق بوسائل وأجهزة المدخلات والمخرجات والتوضيب الإلكتروني، كما تتعاظم أيضاً الإمكانات

والبرمجيات الخاصة بكل منها، وصولاً إلى ما يُعرَفُ بنُظم النشر الإلكتروني الضخمة والعاملة في كُبريات الصحف اليومية في أنحاء العالم كافة [18].

والواقع أن العديد من أنظمة النشر الإلكتروني المتاحة اليوم، والعاملة في الصحف والمجلات، تسمح بالعرض المسبق للصفحات، مع توضيب صفحات نهائية بأسلوب تفاعلي وهي لاتزال في هيئة رقمية، وهو ما يُعْرَف بمبدأ (ما تراه هو ما تحصل عليه) ويُرْمَز إليه بحروف (WYSWYG) وتعتمد الأنظمة التي تحقق هذا الغرض على شاشات رئيسة للعرض المرئي (Hi- Resolution Monitors) ذات درجات عالية من الوضوح والتبيين، هذا ما يعني أن أنظمة النشر الإلكتروني العاملة في كُبريات الصحف والتي تعمل وفقاً لما ذكرناه، تتكون في الأساس من وحدات إدخال (Input Unit) للمدخلات ووحدات إخراج (Output Unit) للمخرجات، تتوسطهما تقنية التوضيب الإلكتروني (E- Pagination) على شاشات العرض المرئي عالية التبيين، هذا إلى جانب مجموعة متعددة من البرمجيات التي عن طريقها تستطيع هذه النُظم القيام بوظائفها المختلفة [19].

خصائص الأنظمة الرقمية:

يُعْتَمَدُ في نشر المعلومات إلكترونياً على الأنظمة الرقمية[*] لان كل المعلومات يمكن تخزينها بشكل رقمي التي توفر القدرة على نقل الحروف والصور والصوت وبدقة وبسرعة، بعد أن أصبح الاتجاه الحالي هو أن تتحول جميع وسائل الإعلام تدريجياً إلى النظام الرقمي وما يساعد على ذلك هو الانخفاض الكبير في أسعار الكمبيوترات الرقمية والذي نتج عنه انخفاض تدريجي في أسعار الإلكترونيات الرقمية إلى المستوى المقبول بالنسبة «للمُسْتَهلِك» وفي عالم اليوم الذي يقوم على عولمة «الإتصالات» سيكون من الممكن إزالة جميع تلك العناصر التي تعمل على تحديد وفصل نظم الفيديو والسمعيات والكمبيوتر عن بعضها البعض، فمع تطور تكنولوجيا الإتصالات فإن الفيديو والراديو والتلفزيون والهاتف وجميع أشكال

بيانات الإتصالات سيتم تعريفها [20]، وقد حدثت الثورة الحقيقية في مجال نقل المعلومات بصورة رقمية بعد الاتجاه إلى استبدال شبكات الهاتف التناظرية (Analogue) إلى شبكات رقمية (Digital) لذا لم تعُدْ البيانات المنقولة عبر خطوط الهاتف في حاجة إلى التحويل من تناظري إلى رقمي، والعكس ولكي يستطيع الحاسب التعامل مع أسلوب النقل الرقمي للمعلومات فإنه يزود بكارت معدني باسم المعدل (Modem).

وتتميز المعلومات الرقمية التي تعمل على أساسها أنظمة النشر الإلكترونية بميزات عديدة أهمها: [21]

1- خاصية القابلية للمعالجة: حين توضع المعلومات في الشكل الرقمي فإنه يمكن إدارتها أو معالجتها بسهولة وكفاءة إذ يمكن إعادة تشكيلها بحرية وبسرعة وبدقة وذلك على كل المستويات بداية من اللحظة التي تُنْتَجُ فيها المعلومة أو توضع في الشكل الرقمي إلى اللحظة التي توزع فيها على المستخدمين وتترتب على ذلك أنماط جديدة لنشر وتوزيع وسائل الإعلام ومن المعروف أن القارئ للدوريات المطبوعة كان يجب أن يشتري المُنْتَج كاملاً بغض النظر عما يرغب في استهلاكه أما في حالة المعلومات الرقمية فيكون بإمكانه التعرض فقط لما يريده طبقاً لما يطلبه.

2- خاصية القابلية للدخول في شبكات (Network Able) وذلك يعني إمكانية انتشارها وتبادلها في وقت واحد بين أعداد كبيرة من المستخدمين وبسبب أن الشبكات عالمية في مداها المعلوماتي الذي تغطيه فإن الأفراد يتقاسمون المعلومات ويتبادلونها عبر مسافات متسعة جغرافياً دون النظر إلى الصعوبات والتكلفة التي كانت تَنْتُجُ في حالة نقل المنتجات المادية عبر شبكات التوزيع التقليدية ويعني ذلك أن هناك تحولاً يحدث في اقتصاديات توزيع وسائل الإعلام كما أن هذه التطورات تدعو إلى ضرورة إعادة النظر في مفهوم المكان في العملية الإتصالية.

3- خاصية القابلية للتكثيف (Dense) إذ يمكن تخزين كمية من المعلومات الرقمية في حيز مكاني صغير ويعتمد ذلك على تكنولوجيا التخزين المستخدمة.

4- خاصية القابلية للضغط (Compressible): ففي حالة عدم كفاية تكثيف المعلومات يمكن اللجوء إلى عملية ضغط المعلومات الرقمية وتتضح أهمية تلك العملية في حالة تكنولوجيا الفيديو التي تسمح بإمكانية إرسال الفيديو بسرعات مناسبة. وخلاصة القول: أن وسائل الإعلام اليوم تعمل في ظل تلك الثورة الرقمية التي لم تؤثر على مدى تنوع الخدمات الإعلامية التي تُقَدَمُ للمستخدم، بل أنها امتدت لتشمل طبيعة المضمون الإعلامي ذاته وجودته ومرونته وقابليته للتنويع والتَشَكّل حسب رغبة المتلقي واهتماماته.

أنواع أنظمه النشر الإلكتروني:

مفهوم النشر الإلكتروني يتضمن في معناه المتسع نُظُم النشر المكتبي (Desktop Publishing) التي تُستَخْدَمُ أساساً في إنتاج الصحف وغيرها من المطبوعات الورقية، والتي تشتمل بدورها على ما عُرف بتقنية التوضيب الإلكتروني على الشاشة (Electronic pagination)، والتي تُعَدُّ أحد أجزاء، أو إحدى حلقات نُظُم النشر المكتبي[22] وتشمل أنظمة النشر الإلكتروني ما يلي :

أولا: النشر الإلكتروني:

ويركز مفهوم النشر الإلكتروني هذا على التأثيرات التطبيقية التي أحدثها استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطورها الراهن وهي الحاسبات الإلكترونية في صناعة النشر المطبوع التقليدي الذي يضم النشر الصحفي الدوري والنشر غير الدوري، إذ أصبح يُطلق على الصحافة التي تستعين بالحاسبات الإلكترونية في عمليات الإنتاج والنشر «الصحافة الإلكترونية»[23]، وستتناول الدراسة هذا الموضوع في المبحث الثالث من هذا الفصل.

ثانيا: النشر المكتبي:

إن أكثر التطورات أهمية في مجال البث هو التكامل بين الفيديو والنشر الإلكتروني (DTP) (Desk Top Publishing)، فقد أتاحت أوجه التقدم الحديثة في آلات المسح الضوئي وشاشات التقاط صور الفيديو بتضمين صور الفيديو داخل أي مستند بطريقة أيسر من ذي قبل، وتُتيحُ أجهزة الفيديو الرقمية للمستخدمين القيام بتحرير صور الفيديو ومعالجتها، وإضفاء التأثيرات الخاصة عليها وذلك عن طريق تحويل الصور ذات الإشارات التناظرية (analog) إلى شكل رقمي (Digital) يمكن معالجته ويمكن القول: أنه مع دخول نظام النشر المكتبي إلى أقسام الكمبيوتر في الصحف، ولاسيما في دول أوربا والولايات المتحدة الأمريكية كانت هناك أنظمة وسيطية مهدت الطريق لدخول الأنظمة الجديدة إلى مطابع هذه الصحف مثل آلات المسح الضوئي الصغيرة عالية الجودة، وبرامج معالجة الصور وشاشات توضيب الصفحات وتصميمها، وأجهزة الكمبيوتر الصغيرة، كما أن مُخْرَجات هذه الأنظمة يتم الحصول عليها مباشرة على أفلام حساسة مما خلق حلقة وسيطة مُتَمَثِّلَة في الأنظمة الإلكترونية في مرحلة ما قبل الطبع، التي مهدت الطريق لأنظمة النشر المكتبي التي تُعَدُّ الركيزة الأساسية التي تستند عليها الثورة الراهنة في مجال النشر الإلكتروني [24].

إن مصطلح النشر المكتبي (Desk Top Publishing) يشير بصفة أساسية إلى تكنولوجيا الحاسب الآلي (Computer Technology) التي تسمح للمستخدم الفرد بأن تصبح لديه ملفات تضم النصوص والإطارات والصور والرسوم في مستند واحد بجودة عالية. ويمثل النشر المكتبي أهم أساليب وأنماط النشر الإلكتروني [25].

وأبسط تعريف للنشر المكتبي: أنه استخدام حاسب شخصي أو كمبيوتر من الحجم الصغير، إذ يمكن وضعه وتشغيله على منضدة عادية، مع مجموعة محددة من البرامج، فضلاً عن جهاز طباعة صغير (Printer) يعمل بالليزر وجهاز مسح لإدخال الصور والرسوم (Scanner) إذ تُشَكِّلُ هذه العناصر جميعها نظاماً صغيراً يُمَكِّن من

إنجاز ما تقوم به نظم النشر الإلكتروني ومهامه، وكذلك إنتاج ومعالجة الوثائق المختلفة التي تتكون عادة من النصوص والرسوم الجديدة والصور الفوتوغرافية دون حاجة للرجوع إلى إحدى دور صف الحروف أو استوديوهات التوضيب الفني[26]، وبعبارة أدق فهو يعني إعداد وثائق مصفوفة أو تكاد تكون مصفوفة باستخدام كمبيوتر شخصي، وهذا يعني وجود حاسب واحد أو مشغل واحد عليه، يمكنه تنفيذ المهمة كاملة، أو أن مجموعة أشخاص يعملون كفريق واحد يمكنهم استخدام عدة حاسبات للنشر المكتبي متصلة معاً لإنتاج الموضوع المطلوب.

ومن المهم الإشارة إلى أن ما يجمع بين تقنية النشر الإلكتروني والنشر المكتبي هو الاعتماد على الكمبيوتر للنشر والتخزين والاسترجاع، أما ما يفرق بينهما فيكمن في طبيعة الوظائف المنوطة بهما، إذ أن تقنية النشر المكتبي تختزل العمل التقليدي من الاعتماد على المهارات اليدوية في إنتاج الصحيفة إلى الاعتماد الكلي على الكمبيوتر وبرامج الطباعة للنشر في استقبال الأخبار والصور وفي تصميم الصفحات وإخراجها، أما النشر الإلكتروني فيستدعي التوفير الإلكتروني لنصوص وصور الصحيفة كمصدر معلومات فوري عن طريق الإنترنت أو على أقراص مدمجة أو عن طريق الشبكة الداخلية للصحيفة، ويستطيع المستفيد الوصول إلى النصوص والصور عن طريق برامج خاصة بالبحث والاسترجاع[27].

وهذا ما يعني أن أنظمة النشر الإلكتروني تختلف عن أنظمة النشر المكتبي في مجالين رئيسين[28]:

1- إنها مصممة لإنتاج واسع النطاق (Large- Scale Production) في التوثيق في المكتب والجرائد والمجلات، ولذلك فإنها توظف أجهزة كومبيوتر أكثر قوة.

2- إنها تُتيحُ للمصمم تحكماً تيبوغرافياً جيداً في جمع الحروف وعناصر إخراج الصحيفة عن طريق نظام إنتاج متكامل (Integrated Production System) يخدم مستخدمين عديدين ومختلفين.

ثالثا: النصوص المتلفزة (Television text):

لقد أدت ظاهرة تفجر المعلومات إلى ظهور وسائل جديدة في عقد الثمانينيات وذلك لتسهيل الاقتراب من مصادر المعلومات وسهولة استرجاعها.ومنها النصوص المتلفزة وهو نوع من النشر يهدف إلى إحلال المادة التي تُنتجُ إلكترونياً وتُعرَضُ على شاشة تلفزيونية مزودة بجهاز محول (decoder) أو نهاية عرض ضوئي محل المادة التي تُنْشرُ في شكل مطبوعات ورقية ويتسع هذا النوع ليشمل أنواع النشر الإلكتروني التي سادت قبل تطور الإنترنت وإن كانت مازالت موجودة ومن بين هذه الوسائل:[29]

1- الفيديوتكست (Videotext):

وهو نظام إلكتروني تفاعلي يسمح للمستخدم بإرسال وإستقبال بيانات من أجهزة الكمبيوتر أو نسخة بين مستخدمين آخرين بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصور ويسمح الفيديوتكست بتدفق المعلومات في إتجاهين وتشمل الخدمات التي تقدمها أنظمة الفيديوتكست الأخبار ونتائج المباريات الرياضية، والسجلات المصرفية، وتقارير البورصة، وحالة الجو، بل حتى كاتلوجات المتاجر[30]، وتتميز هذه الأنظمة بميزات عديدة في حفظ واسترجاع وكذلك الدخول بين جزئيات المعلومات المتداخلة على النظام، ويتميز هذا النظام بإمكانية تخزين كمية كبيرة من المعلومات وإمكانية تحديثها بسهولة وسرعة، كما أنها متاحة لأي شخص يمتلك خط هاتف وشاشة إستقبال مناسبة، ويوجد تطبيق عملي متزايد لهذا النظام بشكل أكبر من التيلتكست، لأنه يُمْكِن عن طريقه تخزين مزيد من المعلومات[31].

2- التيلتكست (Teletext):

إن نظام التيلتكست أكثر شيوعاً في العالم من نظام الفيديوتكست، ويُعَدُ هذا النظام لا تفاعلياً، مثل نظام الفيدوتكست، فهو نظام إتصال لنقل المعلومات في اتجاه واحد، ويعتمد على استخدام قناة تلفزيونية غير مستخدمة لبث البيانات إلى

أجهزة الاستقبال، دون تداخل مع قنوات الإرسال العادية، كما يُتيحُ هذا النظام عدة مئات قليلة من الصفحات، على عكس نظام الفيديو تكست الذي يقدم آلاف الصفحات بطريقة تفاعلية وقد ظهرت خدمات التيلتكست في المنازل قبل خدمات الفيديوتكست، وغالباً مايتم وصف الخدمة المقدمة عن طريق التيليتكست بعَدِّها مجلة إلكترونية (Electronic Magazine) ويتم إستقاء محتوى هذه المجلة من الجرائد اليومية والمجلات[32]. ويُعَدُّ التيلتكست نقلاً للنص إلى المشاهدين في اتجاه واحد، وذلك عِبْرَ إشارة تلفزيونية لخطوط المسح غير المستخدمة (Unused Scanning Lines) وتقوم آلة خاصة بفك الشفرة الموجودة في جهاز التلفزيون بفك شفرة البيانات، لتظهر هذه البيانات في شكل صفحات من النص يستطيع المشاهد أن يختار مايشاء منها ويجب أيضاً أن ينتظر مستخدمو التيلتكست الذين يستخدمون شاشة التلفزيون صفحات ما حتى يتم إرسالها قبل أن يلتقطوها، في حين أن مستخدمي الفيديوتكست الذين يستخدمون شاشة الكمبيوتر يستطيعون الوصول إلى كم كبير ومتنوع من المعلومات في الحال [33].

يضاف إلى الأمثلة السابقة، بث النصوص والرسوم عبر قنوات إلكترونية مثل، الراديو، الهاتف العام، خطوط الهاتف الخاصة، التلفزيون السلكي (Cable TV). وقد مثل هذا الشكل أعلى مراحل صناعة النشر الصحفي في نهاية السبعينيات وبداية الثمانينيات، إذ حول جوهرها من نشر مطبوع إلى نشر مرئي على شاشات تلفزيونية تُستدعى عند الطلب[34].

3- لوحات النشر الإلكتروني:

عبارة عن ساحة للحوار عبر شبكات الكمبيوتر تُقَدَمْ عن طريقها خدمات إخبارية [35]، وتزود مستخدمي الحاسب بالمعلومات، وهي ليست مثل أنظمة الفيديوتكست؛ إذ لا تقدم المعلومات في شكل صفحات أو إطارات بل تتدفق النصوص والمعلومات بشكل متواصل ويستطيع مستخدم الإنترنت قراءة لوحات النشرات التي تتنوع في موضوعاتها ليطلع على الرسائل التي أُضيفتْ إليها أو

يُضيف إليها رسائله، وينتظر الاستجابة ومع نمو الإنترنت وخدماتها التجارية المباشرة فإن أعداد لوحات النشرات تزايدت حتى أنها كانت تقدر العام 1985 بعشرة آلاف، وتُعَدُّ شكلاً أساسياً للتفاعل الإنساني وعملية ديمقراطية عن بُعدْ (Teledemocracy) كما تُعَبِرُ عن لغة التخاطب عبر الإنترنت رغم أن مستخدميها يميلون للقراءة والتصفح أكثر من المشاركة بها، ويمكن الإتصال بلوحة النشر الخاصة بالموضوع الذي نريده ثم اختيار المطلوب من بين القوائم التي تظهر على الشاشة [36]. إذ أن لوحات النشر الإلكترونية هي الموضع الذي تُتْرَكُ فيه الرسائل ليقرأها أي شخص، ومع استجابة الآخرين لهذه الرسائل تنشأ عملية حوار مفتوحة وتتسم عمليات تبادل المعلومات والأفكار هذه بأنها لا تزامنية وتقدم الخدمات التجارية ولوحات نشرات للصحفيين ولجماعات أخرى أضيق نطاقاً [37].

رابعا: النشر الإلكتروني الشبكي:

جاء النشر الشبكي على الخط من نتاج الاندماج بين تكنولوجيا الإتصالات والكمبيوتر وتُعَدُّ الإنترنت ذروة تطبيقات النشر الشبكي على الخط، ويتبلور فيها من الوسائط المتعددة والأدوات التفاعلية التشعبية والإمكانيات الكمبيوترية الضخمة لتضم الصفحات والوصلات التشعبية وأدوات الملاحة في المواقع والشبكة والبحث عن المعلومات.

خامسا: النشر على وسائل الحفظ الإلكترونية:

يُطْلَقُ على النشر باستخدام وسائل حفظ المعلومات الإلكترونية مثل الأقراص المرنة (Floppy Desk) والصلبة (Hard Desk) والمضغوطة (Compact Desk) النشر خارج الخط (On Line Publishing) وهو يضم قائمة واسعة من الموضوعات والبرامج الكمبيوترية [38].

بعد انتشار الأقراص المدمجة أواخر الثمانينيات من القرن الماضي، تطورت خدمة الأقراص الجاهزة والبرامج والقواعد الجاهزة؛ إذ يمكن لقرص واحد أن

يضم قاعدة معلومات أو برنامجاً لوحده، لأن هذه الأقراص تفوق الأقراص المرنة (floppy disk) عشرات المرات في الخزن والاستيعاب، وتعتمد هذه الخدمة على توفير معلومات ومصادر ومراجع وأفلام يمكن استخدامها من قبل المستفيدين بحسب رغبتهم بدلاً من البحث في عالم الإنترنت، لإمكانية تغطيتها اهتماماتهم[39].

ويمكن للمستخدم أن يقرأ كتاباً أو يتصفح مادة مرجعية في دائرة معارف مصورة أو يتصفح مجلات الفيديو والموسيقى أو يقوم بجولة في أحد المتاحف وما هو أكثر من ذلك. لقد صَعَدَّتْ إمكانات أقراص الوسائط المتنوعة المدمجة الكمبيوترات الشخصية إلى مستوى ثانٍ وخطت بهم آفاقاً تتعدى مجرد كونهم كمبيوترات وحولتهم إلى آلات إعلامية (Media Machines)[40].

ولقد أصبح أمراً عادياً في السنوات الأخيرة أن تصدر المطبوعات المختلفة في أقراص إما نقلاً عن مطبوعات ورقية أو يتم نشرها في شكل نصوص أو وسائط متعددة. وخلق هذا النوع من النشر الإلكتروني بدائل جديدة في عرض الموضوعات المختلفة مثل عرض الشرائح المصاحبة بالتعليق أو الموسيقي والتي تظهر فيها القدرة على مزج النص والصورة والصوت واستخدام الوسائط المتعددة، ويُسمى (عرض الوسائط المتعددة) (Multimedia Presentation) الذي يوائم مابين النص والصورة والفيديو والجرافيك والرسومات المتحركة للتعبير عن الموضوع[41].

وتُعَدُّ التجهيزات المطلوبة للنشر عن طريق شبكات التليفون متاحة وميسرة بتكلفة محدودة وبالتالي فإن أي شخص يستطيع بإمكانيات بسيطة أن يصبح ناشراً إلكترونياً وتُسْهِمُ أنظمة النشر الإلكتروني كافة في دعم فكرة الصحافة الإلكترونية كوسيلة لنشر المعلومات التي تهم الجمهور عن طريق شبكات إتصال إلكترونية بعيداً عن الأساليب الطباعية التقليدية [42].

وأسهمت نُظم النشر الإلكترونية في نشوء وبلورة الصحافة الإلكترونية بجانب خدمات الأخبار التي تقدمها الصحف المعروفة عن طريق الفيديوتكست والتليتكست

وخدمات لوحة النشرات الإلكترونية، إلى جانب تطور خدمات بنوك المعلومات التي أنشأنها الصحف ووكالات الأنباء، إذ جاءت الصحافة الإلكترونية حصيلة تجارب واسعة في النشر الإلكتروني وقواعد البيانات واستخدام الكمبيوتر في عمليات إنتاج الصحيفة بما يشمل كتابة النصوص والحصول على المعلومات من جهات مختلفة وأدوات تحليل البيانات وإخراج الصحف ومعالجة الصور والجرافيك وخدمات الأخبار عبر الشبكات [43].

كما يتسع مفهوم النشر الإلكتروني ليشمل أيضاً النشر عبر الإنترنت أو تقنية الوسائط المتعددة (Multimedia) فضلاً عن التوزيع الإلكتروني للمعلومات على قرص صلب (Hard Disk) أو عن طريق وصلات إتصال عن بُعد (Telecommuni-cation link) لذا فإن مفهومه يشمل تلك الموسوعات والقواميس التي توضع على أقراص مدمجة فضلاً عن أنظمة الفيديوتكست والاديوتكست والتيلتكست وغيرها[44].

وأياً كان نمط النشر الإلكتروني فإن منظومة النشر الإلكتروني تتطلب توافر ثلاث خطوات هي التأليف، والتحرير، والإنتاج، وتشمل التصميم، والاستنساخ، والتوزيع، وقد وفرت نُظُم الحاسبات الآلية وبرامجها سبل التعامل مع هذه المراحل إلكترونياً وفي ما يتعلق بالتوزيع فقد وفرت النُظُم الإلكترونية طريقين للتوزيع هما: الإتاحة على الخط المباشر سواء عبر الإنترنت أو الشبكات الجامعية والتوزيع عن طريق وسائط الإختزان المحمولة كالمغنطات والمليزرات [45].

الشبكات الإخبارية:

في إطار هذه التكنولوجيا المتنامية ظهرت أنظمة النشر الإلكتروني المختلفة ومن بينها الصحافة الإلكترونية، وقد بادرت وكالات الأنباء إلى الإفادة من هذه التكنولوجيا لتقدم خدماتها على مستويات جماهيرية بعيداً عن الخدمات التي تُعدُها للصحف فنشأ ما يُطلق عليه الشبكات الإخبارية.

وهي تُعَدُّ خدمات تتميز برخص ثمنها وتعتمد في جمع البيانات الخاصة بها على وكالات الأنباء التي تغطي الأحداث التي تقع في أنحاء العالم كافة، وتتميز هذه الخدمات بوجود أدوات بحثية داخلها لتسهل على المستخدم إدارة المعلومات المتوافرة عليها، كما تتميز أيضاً بوجود ملف أرشيفي لآخر المعلومات المتعلقة بأبرز الإحداث في أثناء سبعة أيام مضت [46].

سمات النشر الإلكتروني:

1- إن أهم ما يمتاز به النشر الإلكتروني هو القدرة على صياغة المعلومات في أشكال جديدة يُتيحُ الوصول إليها والتعامل معها بكل سهولة وسرعة عن طريق استخدام حاستي السمع والبصر، إذ أن الورق لا يمكن أن يمنح الإحساس ذاته بالواقعية أو يقدم نطاقاً واسعاً من المعلومات للمستخدم وذلك لأنه لا يوجد ما يعادل الخبرة السمعية والبصرية والنصية المزودة بالخرائط والرسوم [47].

2- الوثائق الإلكترونية [*] ستكون متفاعلة فبإمكان المستخدم أن يطلب نوعاً من المعلومات، فتستجيب الوثيقة، وفي حال تغيير رأيه فإن الوثيقة تستجيب مرة أخرى ومن ثمَّ فإن الاعتماد على هذه النوعية من النُظُم، تجعل المستخدم يكتشف قدرته على البحث عن المعلومات بطرائق مختلفة تجعل تلك المعلومات أكثر قيمة، فالمرونة هنا تستثير الاستكشاف ويكون بإمكان المستخدم الحصول على الأخبار اليومية بطريقة مماثلة، كما يكون بإمكانه أن يحدد إلى أي مدى من الوقت يريد النشرة الإخبارية أن تستمر، وأيضاً مشاهدة كل تقرير من التقارير الإخبارية مختاراً بمفرده، ونشرة الأخبار المجمعة والمنقولة خصيصاً له والتي قد تشتمل على أخبار من (CNN) أو (MBC) أو من صحيفة (لوس انجلوس تايمز) فضلاً عن إمكانية الحصول أو مشاهدة خلفية حدث ما أو موضوع معين أو معلومات أكثر حول ما تضمنته النشرة الإخبارية، إما عن طريق نشرة إخبارية أخرى أو معلومات الملفات [48].

3- اتساع الطاقة الإختزانية للمعلومات مع انخفاض التكلفة وإمكانية تضمينها بجانب النص رسوماً متحركة أو ثابتة أو ملونة أو أصوات وغيرها من خصائص المهيبرات. وهي على نوعين:

أ – النص الفائق (Hypertext) وهو ثمرة النص المتشعب فرابطة النص المتشعب تربط بين الملف والآخر بطريقة واضحة للمستخدم وبمجرد الإشارة بكلمة إختيارية تجعل القارئ ينتقل إلى فقرة أخرى ومن صفحة إلى صفحة أخرى فالنصوص المتشعبة يمكنها أن تجعل القارئ يسير في اتجاهات مختلفة وأن يحدد مراحل الطريقة التي تُقرأ بها، ومن ثمَّ يمكن الانتقال من مستوى إلى آخر حسب تشعب شجرة المعلومات، فالانتقال من رابط (Link) إلى رابط (Link) في شجرة الملفات والنصوص والوسائل الإعلامية يمكن أن يكون مستخدماً إذ انه يمكن النقر على الفيديو والصورة والرسوم والانتقال من نص إلى آخر [49].

ب– الوسائط الفائقة (Hypermedia) هي تلك الوسائط التي لها الميزة الخاصة بالنصوص الفائقة ولكن بإضافات أخرى مثل الرسوم والصوت والصور ويستطيع الكاتب أو المحرر أن ينشئ روابط للنصوص والصور والتسجيلات مثلاً مقالات عن الموسيقى يمكن أن تشتمل على مقاطع مختصرة من أعمال الموسيقيين أو تشتمل على بعض النصوص المترجمة مصحوبة بعرض فيديو لجانب من حياتهم وبأصواتهم[50].

4- تكنولوجيا النشر الإلكتروني أتاحت إمكانية قيام المستخدم بعدة ممارسات ثقافية في آن واحد وهي: قراءة الصحف، الاستماع إلى الإذاعة والموسيقى عبر الإنترنت وقد يتزايد عدد الذين يميلون إلى تعددية الاستخدام مع تزايد سرعة تدفق مواد الإنترنت في الشاشات [51].

5- تقدم أنظمة النشر الإلكتروني إمكانات كبيرة للبحث واسترجاع وسرعة الوصول إلى المعطيات المطلوبة التي لا يمكن الوصول إليها بطرق التوثيق التقليدية للنشر الورقية.

6- كثير من الصحف والمجلات ووكالات الأنباء العالمية لديها بنوك معلومات وأرشيف يُعَدُ بمنزلة ثروات مختزنة إلى أن طُرِحتْ بشكلها الإلكتروني وأصبح بإمكان القارئ استخدامها.

7- باستخدام تكنولوجيا النشر الإلكتروني يمكن الاستغناء عن المساحات التي تحتلها الوثائق المطبوعة، إذ يمكن استبدال تلك المساحات بجهاز كمبيوتر خادم (server) توضع عليه الوثائق الإلكترونية ويكون موصولاً بالإنترنت أو شبكة إنترانت (Intranet) الخاصة بهيئة معينة [52].

8- يُعَدُ النشر الإلكتروني من أهم التقنيات المعاصرة التي تُسهِمُ في تعميم المعرفة وإيصالها إلى أي مكان في العالم [53].

9- النشرة الإلكترونية سواء كانت جريدة أو مجلة أو كتاب أو غير ذلك يمكن تحديثها وربما تصحيح أخطائها بشكل مستمر، بينما ما يُنشَرُ في الصحيفة أو المجلة أو النشرة الورقية لا يتغير إلا في العدد التالي له كذلك فإن الموضوعات التي تتناقلها الصحافة سواء كانت محلية أو دولية يتم تعزيزها وتغييرها وتحديثها كلما وصلت حزمة من الأخبار والمعلومات أو النشرات الإلكترونية فكل خبر يُنشَرُ يرتبط بكل الأخبار السابقة ذات الصلة به فضلاً عن كل الخلفيات المرتبطة به، إذ يستطيع القارئ معرفة كل ما يحيط بالموضوع، وهذا ما يبرر إحالة العديد من مذيعي الأخبار في القنوات العالمية مشاهديهم إلى موقع شركاتهم على الإنترنت للحصول على مزيد من المعلومات حول الأخبار المذاعة في النشرة[54].

10- الجمع بين الإيجاز وجاذبية العرض. فمن الطبيعي أن تزداد حاجتنا إلى الإيجاز مع تزايد حدة الإفراط المعلوماتي والانفجار المعرفي.

11- من الخصائص المهمة للنشر الإلكتروني، انه يعني بالتناص[*] (Cross Referencing) والتفاعل في ظل ثقافة الإنترنت التي تتسم بكونها غير تخصصية فعلى الكاتب

أن يكون قادراً على ربط ما يكتبه عن طريق عملية البحث والتناص. بما هو أشمل وان يحث قارئه للخوض بما هو أكثر تفصيلاً وتداخلاً [55].

12- حقق النشر الإلكتروني التفاعل المباشر بين المثقفين والناشر والمؤلف فضلاً عن توفير طاقة إختزانية مرتفعة مع انخفاض في التكلفة والسرعة في الاسترجاع.

ومن المهم أن نذكر هنا أن العامل المشترك بين صناعة النشر التقليدي والإلكتروني هو المحتوى المتميز فبدونه لا ينجح مطبوع ولا ينتشر تلفاز ولا يستمر موقع على الإنترنت، ولهذا فإن شركات الإتصال (ميديا) الكبرى في الغرب تزاوج بين ما تنتجه وسائل إتصالها التقليدية والإلكترونية وتقوم بأمثل استخدام لذلك المحتوى عن طريق المواءمة (Synergy) وإعادة الاستخدام وأهمية المحتوى دفع شركة (أمريكا أون لاين) التي تدير أنجح بوابة إلكترونية في أمريكا إلى الاندماج مع شركة (تايم وونر) وهي واحدة من أكبر شركات النشر والإتصال والترفيه في العالم عن طريق صفقة قُدِرَتْ بمائة وعشرين بليون دولار، والحديث عن المحتوى يشمل الأخبار السياسية مروراً بأنباء الفن والعلم وغيرها وانتهاءً بالوسائط المتعددة (Multimedia) من موسيقى وأفلام وألعاب تفاعلية [56].

مستويات تأثير النشر الإلكتروني على الصحافة العربية:

لقد تأثرت الصحافة العربية بالبدايات الأولى واستخدمت تكنولوجيا النشر الإلكتروني بتطبيقاتها الأولية، يقول الدكتور عماد بشير[57]: «إن استخدام الصحافة العربية للكمبيوتر ودخولها مرحلة النشر الإلكتروني جاء من مدخل النشر المكتبي، وإذا أردنا معرفة تأريخ استخدام تكنولوجيا النشر المكتبي عربياً نجد أن صحيفة الحياة التي تعتمد هذه التكنولوجيا منذ إعادة إصدارها في لندن في الثالث من تشرين الثاني من العام 1988، كانت سباقة في هذا المجال وتبعتها مباشرة في نهاية العام التالي صحيفة الشرق الأوسط الصادرة في لندن، ثم صحيفة الكويت التي صدرت في لندن في تشرين الأول العام 1990، وتوقفت العام 1992 وتتمثل مستويات التأثير في:

أولا: التأثير على مستوى النشر المكتبي:

يمكن ملاحظة حدوث الكثير من المتغيرات في سير العمل داخل مكاتب التحرير والإنتاج، والتصميم والإخراج، ومن ثمّ نجد أن الإعتماد على الحاسبات كوسيلة نشر إلكترونية أثرت على طريقة تلقي الأخبار اليومية في وكالات الأنباء والتي تستخدم الحاسبات عن طريق وسيط أنباء وهو نظام معالجة الأخبار الواردة من الوكالات ويقوم بعملية استقبال الأخبار ثم يوزعها (أتوماتيكياً) على المحررين، وهذا يسمح للمحرر بحرية الاختيار والإطلاع على جميع الأخبار الواردة إلى الصحيفة دون تحديد موضوعي أو جغرافي ويملك أيضاً خيار الإطلاع على جميع الأخبار التي تهمه فقط، وكذلك يمكن الاعتماد على الحاسبات في استقبال الصور التي تبثها الوكالات بشكلها الرقمي مما يسمح بإمكانية البحث عن الصورة المطلوبة وتحميلها على الصفحات مباشرة مع الاحتفاظ بالنوعية نفسها للصورة» (58).

ثانيا: التأثير على مستوى النشر الإلكتروني العربي على الإنترنت:

نتيجة استخدام تكنولوجيا النشر المكتبي في إنتاج النصوص وتصميم الصفحات حققت الصحف العربية تقدماً لا بأس به على مستوى النشر الإلكتروني وأصبحت الصحف متوافرة على الإنترنت بأشكال عدة، وتمكنت من خزن النصوص والصور على وسائط تخزين إلكترونية مع قابلية البحث والاسترجاع الآلي الفوري لها (59).

ثالثا: النشر الإلكتروني العربي على الأقراص المدمجة:

إن القليل من الصحف العربية وثقت مادتها على الأقراص المدمجة منها جريدة الحياة التي تقدم محتوياتها على شكل نصوص قابلة للتعديل والتخزين من جديد بعد الاسترجاع من دون تغيير للنصوص الأصلية المحفوظة على القرص المدمج.

وقد بدأت عملية التوثيق العام 1995 باسم توثيق الحياة الإلكترونية، أما جريدة السفير وجريدة النهار اللبنانيتان فهما توفران محتوياتهما على شكل صور للحقبة

السابقة ونصوص قابلة للتعديل والتخزين للحقبة الحديثة وقد أعلنت الصحفيتان مبادرة توثيق محتوياتهما إلكترونياً العام 1997.

وهناك نوع ثالث وثق محتوياته في شكل صور غير قابلة للتعديل كما في صحيفة القبس الكويتية التي بدأت الصدور على أقراص مدمجة العام 1995[60].

المبحث الثاني

تطور المواقع الإلكترونية

ملامح تطور المواقع الإلكترونية:

فتحت الإنترنت مجالاً واسعاً في نقل المعلومات بشتى صورها ومضامينها المتنوعة في مختلف الخدمات التي تقدمها، وقد كان للإعلام السبق في استخدام مواقع في الإنترنت ولاسيما الصحافة المكتوبة التي اعتمدت على التقنيات الحديثة في تجاوز المشكلات التي تتعلق بالتوزيع والرقابة، وذلك عن طريق إنشاء وتصميم مواقع لها على الشبكة.

أضف إلى ذلك استخدام النشر الإلكتروني في مجال الإعلام لاسيما الصحافة الإلكترونية؛ إذ أصبحت غالبية الصحف اليومية في الغرب وفي الوطن العربي تدير مواقع إلكترونية خاصة بها وتصدر طبعات إلكترونية، وهذا ما فتح الباب أمام الأساليب والطرق المتنوعة في الإخراج الفني للمواقع الصحفية التي تعني بمجال الصحافة الإلكترونية ليكون لها البُعد في التنوع والمنافسة فيما بينها إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى. ونقصد الإذاعة والتلفزيون في الإنترنت، هذا دون أن نغفل عما أضافت الإنترنت أيضاً لإدارة العلاقات العامة من مواقع تساعد على التسويق لصورة المؤسسة وربط صلات جديدة مع الجمهور (61).

تُتيحُ المواقع الإلكترونية وسائل غير مسبوقة للمعرفة والحصول على المعلومات بكميات هائلة، ومن مصادر متنوعة ومتعددة، فضلاً عن تخصيص مضمونها بما يتوافق مع اختيارات واحتياجات المستخدمين، دون فرض أنواع معينة من المضمون عليهم، إلا أن هذا الحق يواجه عدة تحديات منها كثافة الكم المعلوماتي والمعرفي بصورة قد تربك المستخدمين (62).

وهناك العديد من البرامج الخاصة بتصفح المواقع الإلكترونية والإبحار فيها يُسمى الواحد منها (المتصفح) وأشهر المتصفحات الموجودة هو نتسكب نافيجيتور

(Netscap Navigataor) و إنترنت أكسبلورر (Internet Explorer) وكذلك (سندباد) المتصفح العربي من صخر الذي يأتي بحل متكامل لاستعراض الصفحات العربية وإرسال البريد الإلكتروني باللغة العربية. وهو أول مُستَعِرض عربي للإنترنت يعتمد أسساً علمية وآليات سليمة لتعريب أشهر المُستَعرضات على الإطلاق (Navigator) المتجول من شبكة نيتسكب (Netscap)، ويعملَ هذا المُستَعْرض على توفير كل أدوات التحكم في الإنترنت للتعامل معها والتواصل مع البرامجِ الأخرى المتوافرة على الإنترنت لكل مرتادي الشبكة من العرب، ويجمع (سندباد) خدمات البريد الإلكتروني والنشر على الإنترنت والتصفح الجماعي، والتخاطب وتبادل المعلومات عبر الإنترنت وعَقِدَ مؤتمرات الفيديو، وكذلك التعريب الكامل والدعم الممتاز للحرف العربي وإمكانية استخدام مع قاموس عربي- إنكليزي وبالعكس ومدقق إملائي للتصحيح(63).

إن المتصفح لموقع إلكتروني في موضوع ما سيجد وصلات لمواقع أخرى (Hyper Links) تقدم الموضوع برؤى مختلفة.

ومن المؤشرات المهمة في تطور المواقع الإلكترونية أنها خلقت بتقنياتها المتعددة ما يُسمى بصحافة «الميديا» إذ يُرفقُ الخبر أو الموضوع بالصور وملفات الصوت والفيديو فضلاً عن تعليقات، وإضافة الروابط ذات الصلة، مما جعل الصحافة تختلف كوسيلة إعلامية في مفهومها ليتوسع هذا المفهوم ويحتوي عدداً من الوسائل الإعلامية الأخرى وهو عالم لم يفدْ منه أصحاب الصحف الورقية، عندما صمموا مواقع لصحفهم على الإنترنت فقاموا بنقل الصحيفة الورقية كما هي أو بعضها دون الإفادة من التقنيات والإمكانات الهائلة التي تتيحها الشبكة وقد جعل هذا التطور القنوات الفضائية تلجأ إلى عمل مواقع إخبارية على الإنترنت تسير بالتوازي مع القنوات الفضائية وتقدم خدمة متوازية لا تقل أهمية للجمهور بل قد يتسع جمهورها عن جمهور الفضائيات التي قد لا تتمكن من الوصول إلى أماكن معينة في أنحاء العالم، كذلك السهولة بتلقي ردود الفعل والتعليق من المشاهدين على الموقع

عنها في القناة الفضائية، وقد لجأت معظم الفضائيات الآن إلى كتابة (المزيد) من التفاصيل والتعليق على الأحداث ويمكن من زيارة موقع القناة على (الإنترنت) مع كتابة عنوان الموقع، كما استطاعت استطلاعات الرأي أن تجذب المشاهدين إلى المواقع الإخبارية للإدلاء بآرائهم تجاه قضية من القضايا [64].

كما زالت الحواجز اللغوية بين الأفراد، وأصبحت هناك لغة واحدة للتعامل، وهي اللغة التي يجب أن يتقنها من يريد أن يتعامل مع الآخرين عبر شبكات المعلومات والإنترنت لكي يواكب العصر، ويتوافق مع عالم متغير يتميز بثورة إعلامية ومعلوماتية تتضاعف فيها إمكانية إثارة الأفكار وانتشارها بشكل لم يسبق له مثيل [65].

إذ تقدم معظم المواقع الإخبارية على الإنترنت خدماتها باللغتين العربية والإنكليزية وفي بعض الأحيان، بالفرنسية بما يُتيحُ نقل الخبر لقارئ الإنكليزية والعربية في الوقت نفسه وهي ميزة لا يمكن أن تتوافر في الصحافة المطبوعة أو حتى في الفضائيات إلا في حدود ضيقة.

ولاشك أن كل هذه التطورات المتعددة التي ذكرناها أثرت بشكل كبير في مستخدمي الإنترنت وفي وعيهم، فقد قدمت لهم التنوع الذي يلبي اهتماماتهم وأعطتهم الفرصة للتواصل والتعبير والتعليق على الأحداث ومن ثمَّ جعلت الجمهور ليس فقط متابعاً بل مفكراً ثم مشاركاً في الأحداث من حوله وقد ظهرت هذه المشاركة في التعليقات والمناقشات داخل المواقع ثم تصاعدت في إرسال الأخبار ولقطات الفيديو ووصلت إلى الذروة عندما بدأ الجمهور يتفاعل ويشارك صحيفته الخاصة به عن طريق(المدونات) والتي انتشرت بشكل كبير في المدة الأخيرة [66].

أنواع المواقع الإلكترونية:

يمكن تصنيف المواقع الإلكترونية استناداً إلى المضامين الإعلامية التي تتشكل منها الإنترنت، ويقترح الدكتور الصادق الحمامي التصنيف الآتي:[67]

أولا: المضامين المؤسساتية:

وهي جملة من المضامين التي تنتجها المؤسسات بأصنافها المختلفة (إقتصادية، منظمات عالمية، جمعيات، مؤسسات حكومية، إدارة...).

وتنتج هذه المؤسسات كميات هائلة من المضامين بهدف الإتصال بجمهورها. ذلك أن الإعلام يشكل بُعداً مهماً للمؤسسات الإقتصادية والجمعيات والإدارة ولهذه المضامين هدف تجاري أو إعلاني، أو عملي، ولا يخضع هذا المضمون لقواعد العمل الإعلامي ولكن لقواعد الإعلام المؤسساتي.

ثانيا: المضامين الشخصية:

يُتيحُ هذا المضمون للأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت التواصل وبناء علاقات اجتماعية جديدة أو التعبير عن آرائهم.

ولهذا المضمون الشخصي أشكال عديدة هي: الصفحات الشخصية، وفضاءات الدردشة، ومنتديات الحوار والمدونات، وقد أفرزت الممارسات الاجتماعية في مجال النشر الشخصي والتواصل الإلكتروني جملة من القواعد يلتزم بها الأشخاص عندما يتحاورون في فضاء الدردشة أو في منتدى للنقاش.

كما أن للصفحة الشخصية أو للمدونات قواعد متعارف عليها ليس لها مصدر مؤسساتي تفرض على المستخدم لكن هناك أتفاق عام حصل نتيجة ما يمكن تسميته التحكم الذاتي لمستخدمي الإنترنت أنفسهم.

ثالثا: المضامين الإعلامية:

بنت هذا النوع المؤسسات التي تنشط في مجال إنتاج المعلومات فهي تنتج المضامين لأهداف إعلامية، وتشمل الصحافة الإلكترونية والمواقع الإلكترونية الإعلامية التي تديرها مؤسسات يمثل الإعلام نشاطها الاقتصادي الرئيس، وتخضع لمعايير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنياً سواء على مستوى الكتابة والإخراج أو على مستوى أخلاقيات المهنة.

وهذا يعني أن هناك العديد من أنواع المواقع الإلكترونية المتخصصة في نوع معين من المحتوى والاستخدام، وبعضها قد يتضمن أكثر من نوع ويحدد التقسيم أدناه أنواع المواقع من زاوية المحتوى والمضمون(*) الذي يتم بثه عِبْرَ الإنترنت:

1- مواقع البوابات:

ستتناولها الدراسة في الفصل القادم.

2- المواقع الأرشيفية (Archive):

تستخدم لحفظ المحتوى الإلكتروني، ومثال لها موقع أرشيف الإنترنت (Internet Archive)، الذي حفظ بلايين الوثائق منذ العام 1996.

3- مواقع الأعمال (Business Sites):

ويُطْلَقُ عليها مواقع الدعم والتأييد (Advocacy Web Sites) وهي تعبر عن جهات وأهداف لا حصر لها ولكن يمكن حصرها في جهتين:

- النوع الأول: مواقع الرأي، وهو يروج للأشخاص أو المنظمات التي وضعته، إذ يقدم وجهات نظرهم وآراءهم بهدف، رفع الوعي في قضية ما أو موضوع معين، وغالباً ما يُنشئ الناشطون والمنظمات غير الربحية والجهات الدينية والسياسية هذه المواقع، ويقومون بنشرها على الويب للوصول إلى جمهور واسع.
- النوع الثاني: تُسْتَخْدَمُ لترويج الأعمال والخدمات التجارية بالإعلان المباشر وبغيره[68].

4- مواقع التجارة:

يتخصص هذا النوع بالتجارة الإلكترونية(*) وعرض السلع والخدمات المختلفة، إما بشكل متخصص كما في مواقع تجارة الكتب المعروفة مثل موقع أمازون وغيره أو تلك التي تؤسس لعمليات بيع وشراء وسمسرة ومبادلات وهذه المواقع تقدم عروض المزادات وعرض السلع المختلفة في شكل سوق مفتوحة لا

حدود له، وهي بذلك تسهل التسوق، كما أن مواقع التجارة الإلكترونية، كثيرة وتنمو بشكل سريع فهناك ما يناهز 30٪ من المواقع الموجودة على الإنترنت متخصصة بالمعاملات التجارية على الرغم من كون الإنترنت قد خُلقتْ أصلاً للبحث العلمي(69).

إن هذه المواقع تحتاج إلى مقالات الصحفيين التي تُصاغُ بشكل يدعم مجهودات البيع والتسويق الخاصة بها، وإنْ كانت غالبيتها لا تحتوي على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية ولا تستخدم قوالب إعلامية أو صحفية وتقتصر في الغالب على التعريف بالشركة أو المؤسسة بالسلع والخدمات التي تقدمها وربما تقوم بعرض منتجات لشركة أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات تدخل في مجال تخصص الشركة التجاري، إذ لا تعتمد على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما تستعين بخبراء في مجال الإعلان ولاسيما المواقع التابعة لشركات أو مؤسسات كبرى (70).

5- مواقع الخدمات العامة (Public.. Service Sites):

وهي تقدم مجموعة من الخدمات لا حصر لها مثلاً في مجال السياحة يمكن عن طريقها حجز الطيران والفنادق وخدمات الترجمة الآلية وخدمات البحث عن الأشخاص، والخدمات الحكومية.

6- مواقع قواعد البيانات (Data Bases):

يتم فيها عرض محتوى قاعدة بيانات معينة مثل قاعدة بيانات الإنترنت للأفلام (Internet Movie Data Bases).

7- مواقع التطوير (Development Sites):

هدفها تقديم معلومات ومصادر تتعلق بتطوير برامج الكومبيوتر، وتصميم مواقع الإنترنت وما شابه.

8- مواقع الأدلة والفهارس (Index and Category Sites):

وهي مواقع تنظم دليلاً لمحتويات الإنترنت بوصلات إلى مصادرها مثل دليل ياهو، ومشروع الدليل المفتوح، وهذه المواقع توفر مادتها الإخبارية من الخدمات التي تقدمها للمشتركين وتوفر وصلات إلى مواقع الأخبار الرئيسة المختلفة. وهذه الوصلات تخضع للتنظيم الدقيق والتصنيف الذي يتم بواسطة فريق من الصحفيين يقوم بشرح حواشيها أيضاً، وترتبط بخدمات أدلة البحث مثل التافيستا (Altavista) وياهو (Yahoo) أو بوكالات خدمات الأخبار التي تعمل على الإنترنت مثل نيوز اندكس (News Index) أو بالمشاريع الفردية مثل (Paperboy) هنا يقوم الصحفي بتوفير وصلات تشعبية إلى مواقع الأخبار في الشبكة وهذه الوصلات يتم تصنيفها وتذييل حواشيها (Annotated) بشكل يوسع مادتها تراكمياً [71].

9- مواقع محركات البحث (Search Engine Sites):

وتوفر محركات بحث وأدلة مواقع بعضها يمثل بوابات كبيرة مثل جوجل (Google) وياهو (Yahoo)، ولقد ظهرت العديد من محركات البحث ولكن أدلة ومحركات بحث أخرى واصلت طريقها لتطوير براجياتها مثل (Yahoo) الذي يُعدَ اليوم المنافس التقليدي لـ (Google) أشهر محرك بحث على الإنترنت وأكثرها جماهيرية والذي يُتيحُ البحث في أكثر من أربعة ملايين صفحة ونظراً لحيوية هذا المحرك وضخامة قاعدة معلوماته، وسهولة استخدامه، أصبح الخيار الأول عند نسبة كبيرة من مستخدمي الإنترنت، ويحتاج الصحفي مثل غيره إلى هذه المواقع التي توفر خدمات البحث عن المعلومات في الإنترنت، وبعضها يعمل كقاعدة معلومات ودليل لمحتويات الويب (Web)[72].

10- مواقع تحميل المعلومات (Download Sites):

وهي تُستخدَمُ لنقل المحتوى الإلكتروني من موقع لآخر، من البرامج والصور والألعاب وغيرها.

11- مواقع المعلومات (Information Sites):

تحمل محتوى لتقديم المعلومات في موضوعات محددة وعامة، لكن ليس بالضرورة للأغراض التجارية وتكون في شكل موسوعات.

12- المواقع العلمية (Science Sites):

توفر العديد من الجهات ذات الصفة العلمية من جامعات ومجلات بحثية في مجالات وتخصصات مختلفة مواقع تجمع بين عرض نشاطاتها المختلفة إلى وضع فهارس بالأوراق العلمية والمراجع وبيبلوغرافيا للباحثين والبحوث، كما تقدم بعض المواقع ملخصات للدراسات بعضها أوراقاً كاملةً مؤرخةً مُوثّقة المراجع تُوفر أما مجاناً أو بالاشتراك، وبعضها يوفر خدمة الأسئلة المتكررة وهي تضع إجابات مختلفة لعدد واسع من الأسئلة (Question – Fqos) أو عدة موضوعات.. وبعض هذه المواقع يوفر قوائم بأهم المصطلحات ومعانيها، بما يصل في بعض المواقع إلى دائرة معارف واسعة.

ويوفر الكثير منها المصادر التعليمية مثل المحاضرات العلمية والدروس التفاعلية وملخصات المناهج الدراسية في المدارس والجامعات [73].

13- مواقع النقاش والمشاركة (Share and Discus):

إن من أهم مزايا الإنترنت. أنها أتاحت لجمهور الإنترنت التواصل على مستوى عالمي غير محدود وفي سياق ذلك نشأت مواقع النقاش والمشاركة التي أصبحت مجالاً لتبادل الأفكار والمعلومات وما إلى ذلك.

ولا تعتمد معظم هذه المواقع على جهاز تحريري، ولا توفر مادة صحفية خاصة ولكنها موئل لساحات الحوار ومكان لتمازج خدمات الأخبار والربط بمواقع إخبارية أخرى، وعادة يكون هذا النوع متخصصاً في بلد ما أو موضوع معين له جمهور خاص.

14- مواقع الشبكات الاجتماعية:

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية تحظى بجماهيرية واسعة، إذ تقدم للناس مكاناً إلكترونياً يسمح لهم بالاجتماع والتفاعل، وتبادل المعلومات لإجراء علاقاتهم اليومية على الإنترنت بالطريقة نفسها التي يجرونها تقليدياً.

وأول موقع ظهر للتواصل الاجتماعي كان (classmates.com) الذي أُطلقَ العام 1995 وسرعان ما تلته مواقع أخرى كثيرة وبحلول العام 2005 كان أحد مواقع الشبكات الاجتماعية (my space.com) أكثر شعبية من (Google).

وتوفر مواقع الشبكات الاجتماعية خدمات دفتر البريد الإلكتروني للعناوين وملامح شخصية يمكن للآخرين مشاهدتها، ويضيفون معلوماتهم وآراءهم الشخصية فيما بعد [74].

15- مواقع التعليق (Meta and Comment):

تدور مواقع التعليق حول وسائل الإعلام والقضايا الإعلامية بشكل عام، وتقوم بنشر مواد صحفية لكُتاب من جهات مختلفة وتنشر تعليقات على ما يُكتبُ فيها وفي مواقع أخرى. ويظل هذا النوع صحافة هاوية ينتجها مواطنون عاديون[75].

16- مواقع ومنتديات الحوار والدردشة:

أتاح التواصل الإلكتروني للفرد التحاور مع أشخاص في أقصى الأرض لهم ثقافاتهم المختلفة وأوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية المتباينة، وما يجمع بينهم هو حاجتهم إلى إتصال، الأمر الذي يُؤسسُ لمعنى (الوطن الافتراضي) عندما تنعزل الذات عن وطنها الحقيقي بفعل استخدام هذه الوسائل الحديثة [76].

إذ تمثل الإنترنت مجالاً جديداً تظهر داخله أشكال إعلامية وتواصلية جديدة. كمجال يتجدد باستمرار عن طريق الابتكارات المتواصلة للتقنيات وأنماط العلاقات الإلكترونية.

ولكن الصحافة توظف هذه الابتكارات المتلاحقة وتستثمرها حتى تتجدد. إذ تحولت فضاءات الدردشة إلى أحد أهم التطبيقات التفاعلية في المواقع الإلكترونية الإعلامية وتم توظيفها لإدارة الفضاءات الحوارية بين الصحفيين والمستخدمين وأضحت تمثل مصدراً مهماً للأخبار والمعلومات ووسيلة للتواصل مع المشاركين في العملية الإعلامية (77).

وفق ما تقدم فإن تطور تكنولوجيا النشر الإلكتروني، أتاح للناشرين التحول من نماذج الصحف التقليدية لتقديم الأخبار إلى تقديم منتجات أكثر مرونة تكون بمثابة مصادر للمعلومات ومجالاً أكبر للتفاعل مع وبين الزوار وإدماجهم في تقديم المحتوى الإخباري بعدة طرق.

17- المدونات (**Web Blogs**):

تتمثل المدونة في موقع إلكتروني ينشر داخله شخص أفكاره وآراءه وتأملاته. ومن العناصر المكونة للمدونة النصوص التي يكتبها المدون ومواقعه المفضلة أو الصديقة وردود فعل القراء يُديرها في الغالب أفراد في خط مواز لوكالات الأنباء المحترفة ومصادر الأخبار الرئيسة (78).

وعلى هذا النحو تمثل المدونة آلية تعكس تغير مفهوم الإعلام الذي كان يقوم على مركزية دور الصحفي.

وتُسْهِمُ المدونات في تشكيل نمط جديد من الإعلام، وصفه المختصون بالعديد من المصطلَحات «كإعلام المواطنين (Citizen journal) وإعلام النحن (we media) وإعلام الجماهير كمقابل للإعلام الجماهيري».

إذ تتوافر الآن للأفراد إمكانيات عديدة لإنتاج المضامين ويستعمل المختصون مصطلح الإنترنت 2.0 لوصف هذه المرحلة ويشير هذا المصطلح إلى تحول المستخدم من مُتَلَقٍ للمضامين إلى مُنْتِجٍ لها.

وتختزل المدونة عملية الانتقال هذه من ثقافة التلقي والاستهلاك إلى ثقافة الإنتاج والمشاركة (79).

ويرى الدكتور روبير مارتان ((ليس اختيار المدونة غير ذي بال، فهو يرتبط بالحدث الذي يُراد دراسته أو عرضه، إذا كان الوصف يتعلق باللغة الإعلامية، لا تكون النتيجة هي نفسها وإذا كانت المدونة المختارة مجموعة من النصوص التقنية، أو المُصنفات الرامية إلى تبسيط المعارف أو مجرد نصوص الصحافة اليومية، فلن تكون المدونة مما يمكن استغلاله، إذ يجب أن تكون (مُمَثِلَة) للغة الإعلاميين، أو لغة جمهور مستخدمي الإعلام الذي يتكاثر)) (80).

وتنظر النخب الإعلامية إلى هذه الأنماط الجديدة على أنها تحدد مستقبل الإعلام وإمكانية ودور الصحف في الوقت الذي تبرز العديد من مؤشرات تنامي إستراتيجية توظيف الوسائل الإعلامية لهذه الأنماط أو الأشكال الجديدة مما يُسْهِمُ في إعادة تَشَكُل الإعلام.

وتتمثل عملية التوظيف في اندماج هذه الأشكال التعبيرية: أحداث المدونات والفضاءات الحوارية حتى أضحت المواقع الإعلامية فضاءات هجينة تتجاوز فيها نتاجات الصحفيين ومقالات المثقفين وإسهامات المستخدمين(81).

كما تُشَكِّلُ المدونات مجالاً تتأسس فيه قراءة نقدية لما تبثه وسائل الإعلام. لكن هناك جدل مستمر حول أهلية هذا النوع كصحافة حقيقية على خلفية عدم مصداقية المحتوى وعدم وجود جهاز تحريري متخصص يعمل فيها.

تأسيساً على ذلك يمكن القول: أن للمدونات علاقة وطيدة بمجال الإعلام حتى أن هناك من يَعدُّها نوعاً جديداً من الإعلام ينافس الإعلام التقليدي، وذلك لأن المدونات تُتيحُ للأفراد بث المعلومات والآراء وحتى التحليل عندما يتعلق الأمر بمدونات مختصين.

18- المواقع الإخبارية:

وتشمل المواقع الإخبارية:

1- مواقع الصحف الإلكترونية.

2- مواقع الويب الأخرى التي تقدم خدمات إخبارية ضمن خدماتها الأخرى، وبخاصة مواقع الشركات العملاقة مثل نيتسكب وميكروسوفت وياهو.

3- مواقع الإذاعات والتليفزيونات التي توفر خدمات إخبارية مسموعة ومرئية على مدار الساعة فضلاً عن خدماتها الأخرى، ومن أبرزها موقع هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) وموقع الشبكة الإخبارية الأمريكية (CNN) فضلاً عن مواقع الشبكات الإذاعية والتليفزيونية العملاقة مثل (ABC) و (NBC)[82].

أشارت دراسة شبكة (MSNBC) الأمريكية في العام 1998 إلى أن أكثر من 20 مليون من مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة يمثلون نصف مستخدمي الإنترنت يدخلون إلى مواقع الصحف والإذاعات لقراءة الأخبار وتجتذب بعض المواقع الشهيرة مابين 100 إلى 200 ألف مستخدم يومياً.

وتأتي في مقدمة المواقع الإخبارية الأكثر استخداماً موقع صحيفة (USA Today) التي يدخل إلى موقعها يومياً نحو 920 ألف مستخدم يمثلون أكثر من نصف توزيع الصحيفة الورقية.

ويرجع هذا الاستخدام الواسع لمواقع الصحف والإذاعات على الإنترنت إلى كمية الأخبار العاجلة التي تنشر على المواقع قبل نشرها في الصحف والإذاعات.

والواقع أنه في مقابل المواقع التي تلتزم بنشر مضمون نسختها الورقية على موقعها فإن هناك مواقع صحف أخرى تلتزم بتقديم الأخبار العاجلة على مواقعها قبل نشرها في النسخة الورقية.

على سبيل المثال أن (The Chicago Tirbune) الإلكترونية لديها فريقها الصحفي الخاص وصحفيون يقدمون أخبارهم للنسخة الإلكترونية فقط ليتم بثها قبل ساعات من نشرها في النسخة الورقية [83].

وفي الواقع أن موقع الصحيفة على الإنترنت ليس مجرد موقع للأخبار ولكنه يقدم للقارئ كل ما يريد من معلومات وأخبار وترفيه حتى أن بعض الصحف التي

تصدر أسبوعياً تحولت بفضل الإنترنت إلى صحف يومية ومنها صحيفة (Tri – County Times) الأمريكية والتي تصدر أسبوعياً، قامت هذه الصحيفة ببناء موقع لها يتم تحديثه باستمرار ليتضمن آخر وأحدث الأخبار (Brealcing News)، ومن ثمَّ أصبح بإمكان القارئ الإطلاع على آخر الأخبار مباشرة بدلاً من الصحف اليومية أو الراديو أو التلفاز [84].

إن التكنولوجيا الحديثة قد أدت بمنتجي الأخبار والمعلومات إلى تعامل مغاير مع الزمن إذ أن الأخبار تُحَدَّثُ وتُجَدَّدُ باستمرار، وهذا ما يتجلى أكثر، في الإنترنت، فالإحصائيات تؤكد بأن الإنترنت تضم حوالي 1.6 مليار صفحة ويب (Web) تم تسجيلها منذ ثلاث سنوات، يعود تأريخ حوالي 71٪ منها لأقل من سنة، ولو سحبنا هذا الواقع على الصحافة نجد أن موقع صحيفة لوموند الفرنسية، على سبيل المثال، يتجدد على الأقل أربع مرات في اليوم بشكل مستمر.

فمواقع الإنترنت وبخاصة الإخبارية لا تتميز بمقدرتها على تجديد محتوياتها فقط، بل أصبحت تمتلك خاصية المزاوجة بين التجديد والحفاظ على القديم[85].

فضلاً عن ذلك أن المواقع الإخبارية أفادت من أداة معلوماتية جديدة وهي الفيديو، إذ كان الحصول على صيغة وملمس الحدث الإخباري محكوماً بالتصفح بالطرق التقليدية القديمة، باستخدام جهاز التلفزيون وجهاز التحكم عن بُعد (الريموت كونترول) إلا أن المواقع الإخبارية أتاحت في البداية الفيديو السريع (Quick Time Video) ولكن هذه التقنية كانت تتطلب اوقاتاً طويلة للتحميل.

إذ أن لقطات الفيديو التي تستغرق عرضها على الشاشة 13 ثانية كان تحميلها يستغرق عدة دقائق، وهو مالا يستحق هذا العناء، ولعل هذا ما أدى إلى ظهور تكنولوجيا جديدة أُطْلِقَ عليها الفيديو المتدفق (Streaming Video) تُتيحُ للمستخدمين مشاهدة لقطات الفيديو في لحظات بمجرد ضغطة واحدة على الفأرة، وبجودة عالية كما أن العديد من المواقع الإخبارية بدأت تتحول إلى استخدام شاشات التلفزيون،

مثل تلفزيون الويب ليصبح من الواقع أن تكون القصة الخبرية في معظمها مكونة من الصوت والصورة [86].

وقد تبدو مواقع الأخبار التابعة للصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون متشابهة جداً فهي توضح أخبارها بالصور وتقدم العديد منها أشرطة فيديو متتابعة متدفقة باستمرار للأخبار أو نشرات أخبار كاملة وتقدم أيضاً صيغة (نشرة مجمعة) تنشر ملفاتها، إذ يمكن للمشتركين فيها إنزال أو تحميل الملفات من الإنترنت على جهاز حاسوب أو على مسجل محمول لوسائل الإعلام لاستخدامه في وقت لاحق ويمكن في بعض المواقع قراءة الخبر أو الإصغاء لكاتبه يتلوه بصوته وقد بدأت بعض المواقع الإخبارية بإنشاء مدونات إلكترونية خاصة بها لتتيح الفرصة للصحفيين لتدوين مفكرات على الخط عن الأخبار التي يغطونها أو القرارات التي تُتخذُ في مكاتب التحرير [87].

ولا ننسى في خضم هذا الحديث أن أي موقع إخباري يحتاج لضمان نجاحه إلى[88]:

1- هيئة تحرير وشبكة مراسلين كبيرة تنتشر على امتداد الخريطة الجغرافية للعالم، وهذا العنصر يزداد إلحاحاً لكون المواقع الإخبارية تتخذ من الفضاء المعلوماتي[*] مقراً لها، فلابد أن تمتلك من عناصر القوة الذاتية ما يجعلها قادرة على الاستمرار.

2- كما لابد أن تكون هناك سياسة وإستراتيجية واضحة لتلك المواقع الإخبارية، فما من جدوى من إصدار مجلة أو جريدة أو نشرة إلكترونية، دون تحديد أهدافها وسياستها وملامحها العامة التي تحدد ضمنياً طبيعة جمهورها الافتراضي المتوقع.

3- كذلك اللغة، فاختيار اللغة التي سيصدر بها الموقع يحدد طبيعة الجمهور ويقنن حجم انتشاره.

ونشير هنا إلى حقيقة مهمة هي أن المنافسة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية قد

تحسم الأمور لصالح المواقع الأكثر تطوراً من الناحية التقنية والأكبر حجماً على مستوى المضمون، كما أن هذه المنافسة قد تُسْهِمُ في التخفيف من طموح وسائل الإعلام المحلية التي ترغب في احتلال مساحة ما على الإنترنت خدمة لجمهورها، وأما الجمهور فقد يتخلى عن وسائل الإعلام المألوفة له لصالح وسائل أخرى لها القدرة على رفده بالمعلومات والأخبار التي يرغب فيها أكثر من تلك الوسائل المحلية، كما هو الشأن في أغلب دول العالم [89].

المواقع الإلكترونية العربية:

إن انتشار النسق المعرفي المرتكز إلى المعلومات والمعرفة وانتشار الأدوات الرقمية، وبسط الإنترنت لمساحة نفوذها على قطاعات واسعة من حياة الإنسان المعاصر، كل ذلك حمل معه تأثيرات حاسمة على منظومة الإعلام العربي، بمختلف أشكالها، وبالأخص المواقع الإعلامية المنتشرة على صفحات الويب في بيئة الإنترنت العملاقة[90].

وعلى الرغم من المعرفة المسبقة بان المواقع الإلكترونية العربية لم ترتق بعد إلى تطلع المتصفح العربي على الإنترنيت، إلا أنها حققت شوطاً لا بأس به في مجال الإتصالات الحديثة هذا من الجانب النظري، لكن يبقى السؤال مطروحاً حول الجوانب الفنية للمواقع العربية من اهتمام بالإخراج الفني والقواعد التيبوغرافية وبروتوكولات الطباعة، فضلاً عن أهمية المضمون الذي هو حجر الزاوية في أية عملية إتصالية، كما أن قلة الموارد المتوافرة في المواقع الإلكترونية باللغة العربية ستؤدي حتماً إلى حرمان المستخدمين العرب من المنافع المرجوة من عصر المعلومات، فأول الإتصال لغة إذ أنها الوعاء والحامل الأول للمعرفة والمعلومات [91].

إن الثقافة العربية عموماً تواجه العديد من التحديات التي تظهر أمام الشبكات المعلوماتية، مما خلق تنافساً بين الثقافات التي تسعى كل منها لأن تحقق لنفسها نقلة نوعية عن طريق تكنولوجيا المعلومات، إذ يشهد العالم انحسار المسافات، مع تعدد الثقافات واللغات مما يُشكلُ تحديات أمام اللغات الوطنية ومنها اللغة العربية التي على الرغم من مكانتها العالمية، إلا أنها مازالت بعيدة عن التناول اليومي في حركة

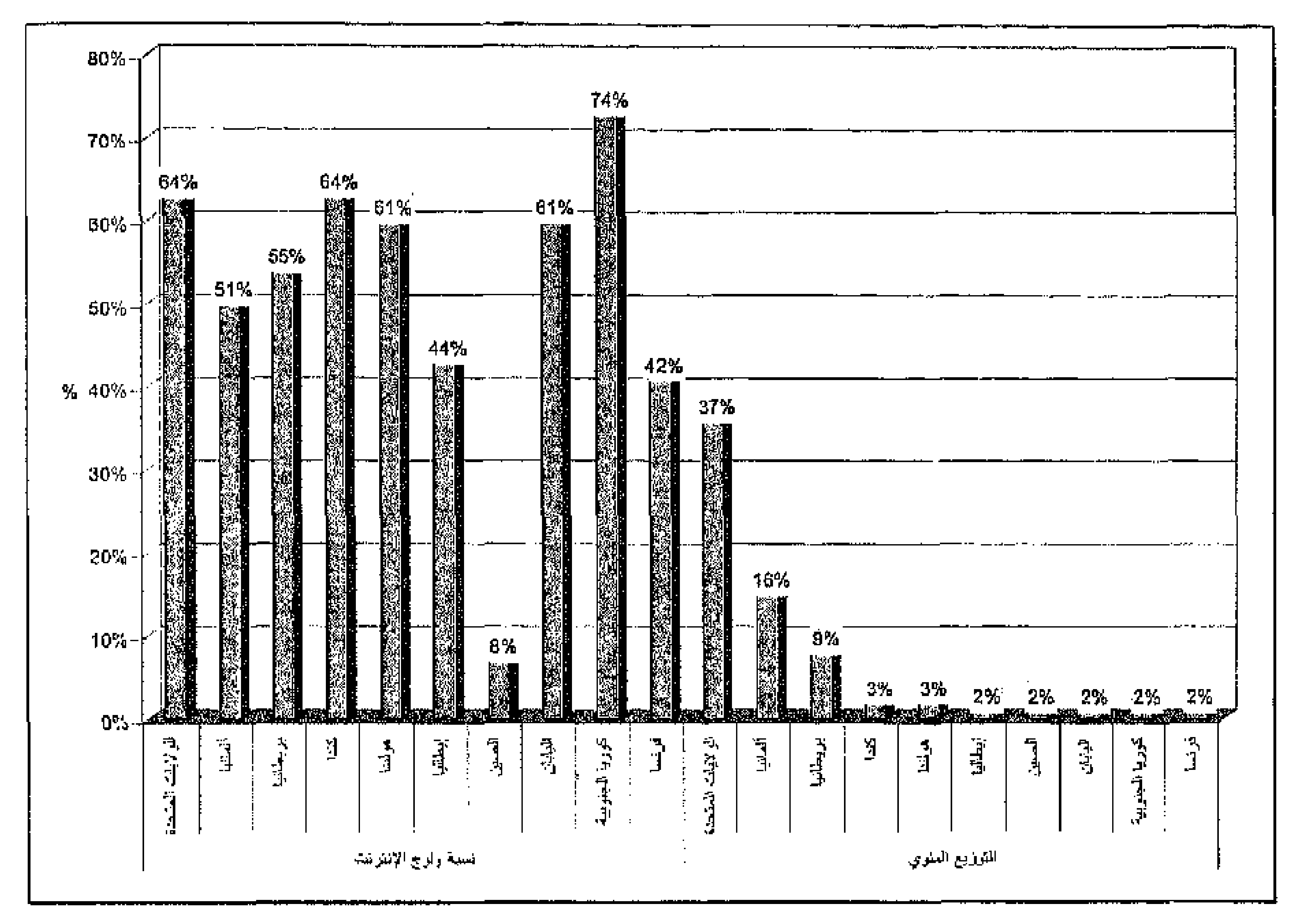
التكنولوجيات والمعلوماتية ولم تدخل عالم الفضاء الإلكتروني الذي كان يمكن أن يعطي العربية وثقافتها مجالاً أوسع للانتشار في مطلع القرن الماضي[92]، فمن المشكلات الرئيسة التي يواجهها مستخدمو الإنترنت في الوطن العربي الافتقار النسبي إلى المحتوى الموجود باللغة العربية على الإنترنت فبينما بلغ المحتوى بالإنكليزية على الشبكة في أيلول 2004 (35.2٪)، بلغت نسبة المحتوى العربي (1.7٪) فقط[93]، وفي دراسة للدكتور يحيى اليحياوي توصل فيها إلى تمركز أسماء المواقع الكبرى في الإنترنت (com. org. net) في الدول الكبرى وتدني مستوى اقتنائها في باقي دول العالم.

الجدول (2-1) توزيع عدد المواقع حسب الدول (تموز 2005)

الدولة	عدد مستخدمي الإنترنت (بالملايين)	نسبة ولوج الإنترنت	عدد أسماء المواقع (بالملايين)	التوزيع المئوي
الولايات المتحدة	185.55	٪64	25.89	٪37
ألمانيا	41.88	٪51	11.12	٪16
بريطانيا	33.11	٪55	6.4	٪9
كندا	20.45	٪64	2.1	٪3
هولندا	9.79	٪61	1.92	٪3
إيطاليا	25.53	٪44	1.64	٪2
الصين	99.8	٪8	1.6	٪2
اليابان	78.05	٪61	1.84	٪2
كوريا الجنوبية	31.67	٪74	1.43	٪2
فرنسا	25.47	٪42	1.41	٪2

المصدر (الجدول فقط): يحيى اليحياوي، العرب وشبكات المعرفة، ص34-68.

شكل (2-1) توزيع عدد المواقع حسب الدول (تموز 2005)

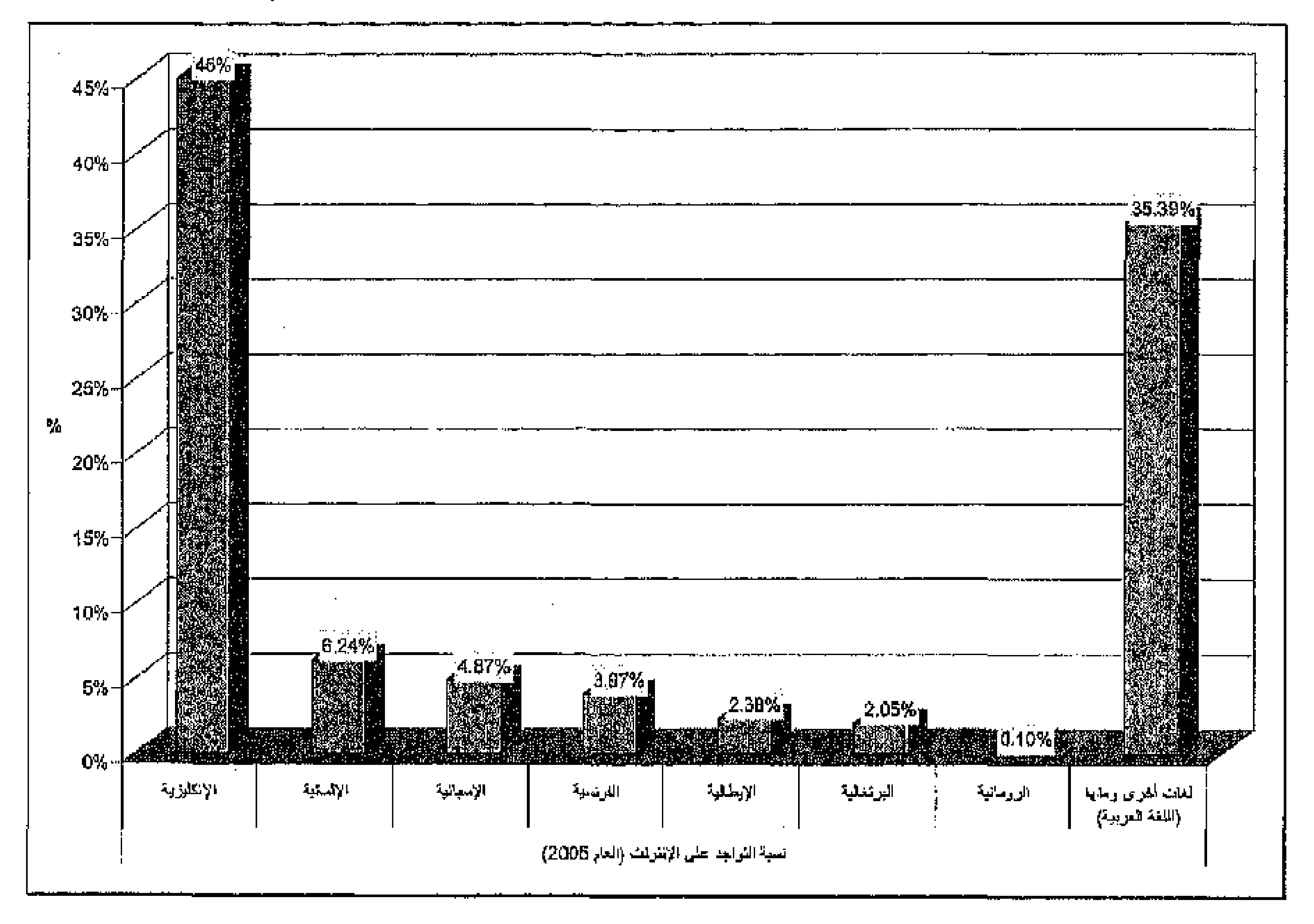


الجدول (2-2) نسبة اللغات على شبكة الإنترنت (العام 2005)

اللغة	نسبة التواجد على الإنترنت (العام 2005)
الإنكليزية	٪45
الألمانية	٪6.24
الإسبانية	٪4.87
الفرنسية	٪3.97
الإيطالية	٪2.38
البرتغالية	٪2.05
الرومانية	٪0.10
لغات أخرى ومنها (اللغة العربية)	٪35.39

المصدر (الجدول فقط): يحيى اليحياوي، العرب وشبكات المعرفة، ص34-68.

شكل (2-2) نسبة اللغات على شبكة الإنترنت (العام 2005)



فمنذ إنشاء أول موقع إلكتروني العام 1985 إلى آذار، 2004،ارتفع عدد المواقع في العالم إلى ما يقارب 63 مليون موقع وفي النصف الثاني من العام 2005، وصل هذا العدد إلى ما يقارب 83 مليون موقع، في حين تجاوزت المواقع الإلكترونية العربية 10000 موقع العام 2001 وسط ملايين المواقع الإلكترونية القائمة في كل أنحاء العالم، وهذا ما يؤشر أننا إزاء فجوة رقمية حقيقية بين الدول العربية والدول المتقدمة على مستوى الحجم كما على مستوى نوعية الارتباط بتكنولوجيا الإتصالات والمعلومات [94]، ويستطرد قائلاً: ليس من المتعذر حقاً الوقوف على السبب في ذلك، وهو ليس فقط لان الشبكة صممت بالأساس للغات اللاتينية بل أيضاً من جراء ضعف المؤسسات اللغوية العربية وعدم اهتمامها برقمنة النتاجات العربية بغرض دمجها بتلك الشبكة.

وعلى الرغم من ذلك فهناك بعض النُظم للنشر إلكترونياً وعبر الإنترنت باللغة العربية، غير أن شركة مايكروسوفت تسعى لاحتكار هذا المجال أيضاً[95]. إن التطور اللغوي - المعلوماتي للعربية يقتضي العمل على «اقتصاد المجهود» اللغوي قدر المستطاع والوصول إلى النتيجة الفكرية والهدف الثقافي بأقل جهد لغوي، وهذا ما يعني الاعتماد على لغة عربية سليمة ومعافاة ومعاصرة ومتماسكة ومركزية غير مشتته في وقت واحد، أي بالاعتماد على لغة عربية حديثة ومتطورة تستطيع الحفاظ على أصالتها واستقلاليتها بدعم من التواصل الإيجابي مع العصر ولغاته وثقافته[96].

وفي الحقيقة تُمثِّلُ التكنولوجيا الحديثة فرصة جديدة للغة العربية في الألفية الثالثة كما في حضور العربية في محركات البحث في الإنترنت (Google) وحضورها عبر الصحافة الإلكترونية، ووجود هذا المعطى من الأدوات الرافعة للغة العربية، وذلك بمقتضى جعله للغة العربية مسايرة للعصر وتطوره، الأمر الذي تغدو معه منخرطة في (خانة) اللغات المدرجة في (قاطرة) المعرفة[97].

ومن ثمَّ تبقى مكانة اللغة العربية في المواقع الإلكترونية صورة طبق الأصل لتعامل أهل اللغة مع منظومات البحث والتطوير القائمة في كل مناطق العالم وجهاته[98].

وفقاً لذلك يبدو الحديث إذاً على ان اللغة التي ستحيا في المواقع الإلكترونية هي تلك اللغة التي لها قاموس وسجل في تكنولوجيا الإتصال الحديثة، فالقضية ليست في عملية التعريب الميكانيكي، بل في كيف نفهم الإنترنت عربياً دليل للتعامل معه كعنصر ثقافي لا كوسيط تقني فحسب، فالمشكلة في المقام الأول حضارية وفكرية أكثر منها قضية لغوية فنية وهي كذلك.

الآفاق المرتقبة لتطوير برامجيات النشر الإلكتروني عربيا:

يمكن الإشارة في هذا الصدد إلى ما يقترحه الدكتور نبيل علي[99]:

1- تشجيع الناشرين العرب على الدخول في مجال النشر الإلكتروني.

2- إمكانية خلق كيانات مدمجة تجمع بين الناشرين وشركات تطوير البرمجيات وأصحاب شبكات توزيع المعلومات.

3- التوسع في بحوث معالجة اللغة العربية آلياً، لأنها تمثل مدخلاً رئيساً لتنمية المجتمعات العربية لدخول عصر المعلومات.

4- يتوافر حالياً عدد هائل من البرامج المكتوبة باللغة الإنكليزية، وهي تُمثلُ مصدراً لا غنى عنه لتطوير البرامج العربية، لذا فإن إقامة بنك عربي للبرامج هذه سيوفرها للأفراد والمؤسسات الذين يواجهون صعوبة في هذا الأمر، فضلاً عن الاهتمام بأساليب البرمجة الحديثة.

التدفق الإخباري:

أسهمت ثورة الإتصالات والمعلومات وتنامي دور البث الفضائي والأقمار الصناعية في عولمة الإعلام، وواكب ذلك بروز أنماط جديدة من الهيمنة، عن طريق وكالات الأنباء العالمية الكبرى التي تمتلك المال والتكنولوجيا من قِبَل العالم المتقدم، والتي تحتكر 80٪ من فيض المعلومات، وتقوم بإعلام 98٪ من سكان العالم، ويتم هذا الإعلام عن طريق الاحتكار أو عن طريق التنافس، وتُعَدُّ الخدمات الإخبارية التي تقدمها هذه الوكالات أحد المصادر الأساسية للمعلومات[100]، وبات هذا التدفق الإعلامي متداخلاً ومسيطراً على حياة الإنسان بما فيها من مكونات ثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية، وتضاءل أمام ذلك الهدف من الثورة الإتصالية التي من المفترض أن تؤدي إلى تدفق المعلومات في الاتجاهين، وتعمل على توازن تقريبي أو نسبي بين دول العالم. فالتدفق ذو الاتجاهين لا يحدث في حالة انعدام التوازن بين المجال السياسي والاقتصادي والثقافي، أي انعدام التكافؤ من الأساس، وما يؤكد هذه الحقيقة أن نسبة 70٪ مما يُبثُ في المواقع الإلكترونية يأتي من الولايات المتحدة[101]، ويثير ذلك العديد من القضايا الحيوية التي تفرزها طبيعة تلك الثورة، فالاختلال الكمي في تدفق الأخبار الدولية هو نتيجة منطقية لطبيعة الوكالات العالمية ولدورها، أما الاختلال الكيفي

فيبرز في تأثير هذه الوكالات في تحديد مفهوم الخبر، ووضع المعايير الخاصة بماهية الخبر، وهي تختلف بدورها تبعاً لاحتياجات ومعايير كل مجتمع عن الآخر، فوكالات الأنباء تؤثر في طريقة توزيع وسائل الإتصال لمراسليها لتغطية الأحداث المهمة، كما أن غالبية الوكالات وبخاصة الأمريكية منها تصدر سجلاً عن الأحداث المتدفقة مما يؤثر في تغطية مراسليها للأحداث والمعالجات الإخبارية عن طريق غَلَبة الأنموذج الغربي لديهم، والذي يعتمد على العادات الاستهلاكية لديهم، ووضع معايير نسبية لأهميتها [102]، وهذا ما يعني أيضاً أن التطور التكنولوجي الهائل الذي أتاح للمتلقين إمكانية متابعة قنوات إعلامية متعددة ومتنوعة، كان عاملاً من العوامل في زيادة مشكلة الاختلال الإخباري مابين الشمال والجنوب [103]، وخلق مظاهر التفاوت الكبير بين من يمتلكون المعلومات (Info Have) ومن لا يمتلكونها (Info Have Note)، فبينما جلب مجتمع المعلومات معه مفاهيم جديدة قائمة على الانفتاح والحرية والوفرة المعلوماتية فإنه جلب أيضاً تعدد وتنوع آليات الرقابة الإلكترونية، واختراق الخصوصية، ومخاطر حماية المعلومات، كما تزايد الاتجاه نحو تحويل الثقافة والمعلومات إلى سلعة تجارية يُطلَقُ عليها آلية التسوق وأنها تنقل إلى الفرد كماً من المعلومات أكثر بكثير من طاقته ووقته وقدرته على استهلاكها أو بما يُعْرَفُ بالقلق المعلوماتي وكيفية الحفاظ على التنوع الثقافي واللغوي في مجتمع المعلومات، الذي تهيمن عليه ثقافة ولغة واحدة [104]، وبصرف النظر عن تفاصيل العولمة الثقافية ومظاهرها وأهدافها وآليات عملها [105]، إلا أنه يمكن القول: أنها ليست سوى عولمة القيم واللغة والرموز الثقافية بوسائل إتصال جماهيرية عالمية بالغة التعقيد، فمن المتعذر عولمة العالم سياسياً وإقتصادياً وتربوياً إلا بعولمة ثقافة شعوبه المختلفة في كُلٍ واحد، موحد الرموز واللغة ومتجانس الرسائل والمحتوى.

أسس تصميم المواقع الإلكترونية:

يتطلب إنشاء المواقع الإلمام بمجموعة من القواعد والعناصر التي تكون في مجملها أسساً تساعد على يسر القراءة ويسر الحصول على الأخبار والمعلومات من

الموقع، وأهم هذه القواعد الإلمام بلغة ترميز النصوص المتشعبة أو ما يتطور عنها، والطرق المختلفة لتصميم الموقع والعناصر المكونة للموقع والصفحة، وقبل كل شيء الفهم الصحيح لماهية المواقع وصفحة الويب وأنواع الصفحات ومكوناتها.

وفي هذا الصدد أشارت العديد من البحوث والدراسات إلى كيفية تأثير تصميم المواقع على استرجاع الأخبار وأدائها، وتأثيرات الوسائط المتعددة على تصميم الموقع ودورها في تحقيق الموقع للوظائف المنوطة به، وتأثيرات الفيديو وبرامج تصميم صفحات الويب وتضمين التفاعلية في تصميم الموقع [(106)].

ومن أهم قواعد تصميم المواقع الإلكترونية البساطة والوضوح والتغيير المستمر لأن تصميم وإخراج الصحيفة المطبوعة يعيش سنوات بينما لا تعيش شخصية صفحات الويب أكثر من سنة أو سنة ونصف، هناك أيضاً أهمية لاستخدام وتوظيف الوسائط المتعددة والجرافيك لكن من دون إفراط، فمن المهم تحقيق الجمال والوضوح والجاذبية كذلك لا يجب التوسع في استخدام الألوان بدون داع [(107)].

ويمكن القول: أن التصميم الجيد يدعم من مصداقية الموقع كما يخلق شخصيته ويميزه عن غيره، من جانب آخر فإن التصميم الناجح هو الذي يريح عين المتصفح ويشجعه على الدخول إلى الموقع، ولذلك يُنْصحُ دائماً باستخدام الألوان الهادئة والابتعاد عن الألوان القاتمة والحرص على استخدام خطوط كبيرة وواضحة خاصة وأن قراءة ومتابعة شاشة الكمبيوتر تتطلب جهداً أكبر من قراءة النصوص المطبوعة نتيجة اختلاف درجة التركيز والوضوح بين الكتابة المطبوعة والكتابة المعروضة على شاشة الكمبيوتر[(108)].

إن المعادلة الدقيقة التي يجب الحفاظ عليها عند تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية تتمثل في كيفية تحقيق توازن بين استخدام مميزات الصحف الإلكترونية، مع تحقيق البساطة والوضوح والجاذبية، بحيث يتجنب المصمم التوسع في استخدام الصور والوسائط المتعددة والتي قد تؤدي إلى بطء في عملية التحميل والتصفح فالأجهزة

التي يستخدمها القراء تختلف في إمكانيتها وسرعتها وبرامجها من هنا لابد من مراعاة البساطة ووضع الصور والوسائط المتعددة في إطار اختيارات متاحة للمتصفح قد يستخدمها أو لا يستخدمها بحسب احتياجاته ورغبته، لان القراءة هنا قد تطلب منه الانتظار لبعض الوقت حتى تتم عملية التحميل (109).

مكونات التصميم الأساسية:

إن موقع الويب (Web Site) عبارة عن وسيلة تُتيحُ الوصول إلى المعلومات في الإنترنت، وهو ملف يوجد في قرص الكمبيوتر الصلب بالإنترنت له عنوانه المنفرد، وعندما يطبع المستخدم عنوانه على مستعرضه تقوم الإنترنت بتوصيله إلى هذا الملف وهو مجموعة من الوثائق التي تمثل محتوياته (110).

يتم تصميم الموقع بواسطة لغة ترميز النصوص أو بصيغة النص المنقول، ولكل واحدة مزاياها ومراحل تطورها، ومن ثمَّ تم تطوير نظام جديد من الـ (Scan) وهي لغة ترميز النصوص المتشعبة والتي أصبحت هي النظام القياسي لتحديد شكل الوثائق في الويب التي تشمل عناصر النص والصورة والصوت والفيديو(111).

وقد ظهرت لغة الترميز النص المتشعب في العام 1989، وقد قصد من هذه اللغة أن تكون بعيدة عن الرغبات التجارية، وهي تقوم بوصف البناء العام للمحتويات الداخلية للوثيقة وهو مالا يظهر أمام المصمم في إثناء تصميم الصفحة، بشكلها نفسه الذي سيراه لاحقاً (What you see is what you get) كما في برامج التصميم التي تعتمد على طريقة ما تراه هو ما ستحصل عليه، بل يقوم المستعرض بقراءة الرموز التي تواجه كل العناصر المُضَمَنة في التصميم وتحولها إلى الشكل المطلوب على الشاشة وهذا يعكس صيغة الوثائق المحمولة التي تمكن المصمم من مشاهدة عناصر التصميم وشكله النهائي الذي سيظهر عليه في الشاشة(112).

عناصر تكوين الموقع:

تتنوع المواقع في أهدافها وأسلوبها ومحتوياتها وتنظيمها ونوع قرائها وينعكس ذلك على تصميمها والعناصر المكونة للتصميم، وفيما توجد مواقع تحتوي على جميع عناصر الوسائط المتعددة من نصوص وصور ورسومات وأصوات وفيديو ومؤثرات بصرية وصوتية، تعتمد مواقع على النص فقط، وبين النوعين توجد مواقع تعتمد على الرسم وأخرى على النص والرسم وثالثة على الصورة ورابعة مكرسة للبث الإذاعي وهكذا[113].

ولكن تضم كل هذه الأنواع عناصر أساسية في تكوينها تبدأ من صفحة البدء كمكون أساسي وهي نفسها مكونة من عدة عناصر وتُقَسّمُ صفحات الويب إلى نوعين أساسيين هما صفحات البدء وصفحات المحتوى.

- **صفحة البدء:** صفحة البدء (الصفحة الأم) (Home Page) هي مزيج من صفحة عنوان (Title Page) وقائمة محتويات وفهرس ومقدمة، وهي الصفحة الأولى أو الأعلى في الموقع وعادة ما تحتوي على مواد استهلالية وقائمة بالوصلات التشعبية إلى جميع محتويات الموقع أو إلى الأقسام الأخرى في المواقع الكبيرة.
- **صفحة المحتوى:** بينما تصف صفحة البدء المعلومات التي يحتويها الموقع بقوائم أو عناوين تحمل صفحة المحتوى (Content Page) المعلومات نفسها، ولكل صفحة المحتوى تحملُ وصلة عودة إلى صفحة البدء أو إلى الصفحة السابقة لها.

أجزاء صفحات الويب:

تتكون صفحات الويب من أجزاء ظاهرة عند عرضها بالمُستَعِرض وأخرى غير ظاهرة والعناصر الأساسية المكونة للأجزاء الظاهرة هي الرأس (Header) والجسم (Body) والقدم (Footer).

- **الرأس** يحمل عنوان النص أو الترويسة المكتوبة أو المرسومة ويمكن أن يحتوي

على وصلات تشعبية مباشرة إلى الصفحات الأخرى في الموقع أو مجموعة من إشارات الأمام (Next) أو الخلف (Previous).

- **الجسم:** يحتوي على المحتوى الذي يشمل النص وغيره والوصلات المتشعبة التي تقود إلى صفحات أخرى أو إلى أي جزء آخر من الصفحة.
- **القدم:** يحتوي على معلومات أساسية حول الموقع مثل تأريخ إنشائه وتجديده واسم المؤلف والعنوان الإلكتروني واسم الجهة الناشرة أو التي تدير الموقع وأيضاً يحمل أحياناً عناوين أجزاء الموقع.
- **خارطة الموقع:** إن خارطة الموقع (Site Map) هي وسيلة لتوجيه الزائر وإعطائه فكرة مهمة لبنية الموقع ومحتواه وتوفر له الوصول إلى المحتويات بالنقر عليها سواء أكانت في شكل نصوص أو رسومات توضيحية وهي وسيلة إدارة الموقع وتضم قوائم المحتوى[114].
- **أدوات الملاحة في الموقع:** من الضروري توفير وسائل لمساعدة القارئ في الملاحة في الموقع (Navigation Tools) وهناك عدة أنواع للملاحة في الموقع يجب أن تدعمها أداة الملاحة هي:

1- الهبوط إلى أسفل الصفحة، إذ توجد العناصر المكونة لها حسب القائمة.

2- الصعود إلى أعلى إذ يوجد اسم الصفحة.

3- الملاحة عبر الصفحة إلى أجزائها المختلفة.

4- الملاحة بين أدوات الصفحة المختلفة مثل مجال البحث وأدوات تحريك الصفحة وتوفر المُستَعرِضات خانة لتحريك الصفحة (Scrolling Bar) تضم زراً لمشاهدة النافذة بجانب أدوات تحريك الصفحة (Scrolling Tools) مما يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة.

- **الوصلات:** تنبع قوة الشبكة من وجود الوصلات (Links) بين الصفحات والمواقع وتتصل فيما بينها في شكل نسيج متشابك ويتم التعبير عنها في الموقع

بتغيير الألوان أو بالنص أو بالرسم الإيضاحي للإشارة إلى الضغط والنقر دون كتابة ذلك مباشرة.

- **أدوات البحث:** يحتاج المستخدم إلى وسيلة للبحث (searching tool) عن المعلومات ولذلك يجب أن تتضمن صفحة البدء وسيلة للبحث عن المعلومات في الموقع، ويتم الإشارة إليها بوضوح بالرسم أو بالكتابة أو الإشارة إلى الصفحة التي توجد فيها خانة البحث عن المعلومات.

- **الأدوات التفاعلية:** يجب الإشارة في الموقع إلى طريقة الوصول إلى الجهة الناشرة عن طريق البريد الإلكتروني أو منابر الحوار أو ساحات النقاش ويمكن أن تتوفر الأدوات التفاعلية (Interactivity Tools) وحيز البحث في الصفحة الأولى أو أية صفحة أخرى ويحتوي تصميم أي صفحة ويب كما ذكرنا على جزءين أحدهما يراه الزائر والآخر لا يراه الزائر وقد أشرنا إلى مكونات الجزء المادي الذي يراه الزائر ومكونات الجزء الذي لا يراه ويضعها مصمم الموقع في اعتباره وهي:[(115)]

1- هوية الموقع (Site Identification) وهي تشمل العديد من معلومات الهوية وتشمل اسم الموقع والبريد الإلكتروني لمسؤول الموقع وعدداً من الرموز الخاصة التي تساعد آلات لبحث في التعرف علي موضوع أو محتوى الصفحة.

2- التعليقات (Hidden Comments) هي النصوص التي يرغب مسؤول الموقع أن تظهر بعدما تقرا لغة الترميز النصوص المتشعبة مباشرة وليس أن يتم استعراض صفحة بواسطة المستعرض والتعليقات تشمل عادة تعليمات وإشارات حول بنية ملفات لغة ترميز النصوص المتشعبة.

- **نوع الحروف المستخدمة:** تعالج لغة ترميز النص الحروف المظهرة على الشاشة بدرجة محدودة من المرونة ويمكن تكبيرها وتصغيرها وتغيير نوعها بأحجام محدودة غير مطلقة ولكن يمكن استخدام حروف غير مستقرة في لغة الترميز في شكل صورة ونص.

ويساعد التنويع في أحجام وأنواع الحروف وضبط المسافات بين السطور والفقرات في القراءة بشكل أفضل من حالة النص ذي البنط الموحد، أو الذي يتم تصميمه بنوع وحجم واحد من الحروف.

استخدامات الرسومات الإيضاحية والصور:

تستخدم الصور والإيضاحات في حالات مختلفة أما كبديل للنص (Replacing Text) أو لتعزيز النص (Reinforcement of Text) أو لإضاءة النص (Highlighting Text) وهنالك بعض الاعتبارات يجب الاهتمام بها للتعامل مع الصور والجرافيك أهمها سرعة نقل المعلومات وزمن التحميل فهما يحتاجان إلى زمن طويل حتى يظهرا في شاشة المستخدم.

وفي الواقع أن الأشكال المرسومة أو الصور يمكن أن تضيف الكثير إلى جاذبية الموضوعات ولبعض المستخدمين فإنها يمكن أن تكون الوسيلة الوحيدة المؤثرة في إيصال الرسالة ولكن يجب أن تخدم هذه العناصر موضوع الموقع وأنها ضرورية للعرض مثلما في حالة الخرائط (Maps) أو الرسومات البيانية (Charts) أو الصور الوثائقية، وإذا ما كانت الصورة كبيرة الحجم ضرورية للعرض فمن الأفضل أن تكون في صفحة ملحقة ويشار إليها بنموذج صغير (Thumb Nail).

وتستخدم الصورة والإيضاحات أيضاً كخلفية باهتة لتضيف للصفحة إضافة بصرية وتستخدم الإيضاحات أيضاً للتعبير عن أدوات الإشارة إلى العناوين الجانبية أو للتجوال عبر المواقع[116].

الإيضاحات المتحركة[117]:

تُعَدُّ الإيضاحات المتحركة (Animation) إذا ما أُستخدمتْ في مكانها واحدة من الوسائل التي تبعث الحياة في صفحات الويب وتصل إلى أعلى المستويات في مواقع الألعاب وفي الإعلانات وفي شعارات في شكل حركة متكررة أو مساحات لونية تصغر وتكبر أو تضيء وتنطفئ أو في المواد التوثيقية المختصرة.

فضلاً عن الأشكال المتحركة يجب أن تكون ذات معنى وأن تخدم غرضها حتى لا تسبب التشتت الذهني ويجب أن تضيف شيئاً إلى محتوى الصفحة وإلا فإنها ستشغل تركيز القارئ ولا يفضل استخدام الأشكال المتحركة في صفحة البدء لأنها تحتاج إلى وقت لتحميلها مما قد يفقد الموقع زواره، وإذا كانت هنالك حاجة لها لشرح المحتوى في حالة مادة فنية مثلا فإنه يتم وضعها في صفحة أخرى.

الوسائط المتعددة: لقد أصبحت الوسائط المتعددة مهمة لبعض المواقع في الإنترنت بينما تتم الإشارة إلى المواد الصوتية برسومات توضيحية تعبر عن مذياع أو جهة لبث موسيقي أو الغناء أو أي أصوات أخرى فإن الفيديو تلزمه مساحة لعرضه وإذا كان لابد من استخدام الفيديو فيجب التعامل مع لقطات تستجيب للضغط المطلوب لإرسالها عبر الشبكة ولذلك يجب الابتعاد عن اللقطات العريضة والاستعاضة عنها دائماً باللقطات المتوسطة لإظهار التفاصيل التي تتناسب مع حجم الشاشة المتاح في الشبكة.

استخدام الألوان[118]:

ليس هنالك معايير محددة لاستخدام الألوان في صفحات الموقع عدا أن تتناسب الألوان مع الحروف المظهرة على الشاشة والحروف السوداء على القاعدة والبيضاء هي أعلى درجات التباين اللوني واختيار علاقات التباين بين الألوان هو أحد مبادئ التصميم الأساسي التي يعرفها المصمم المحترف.

ولكن ليس المطلوب دائماً إيجاد حالة التباين هذه التي تحدث نتيجة لوجود لونين يكون أحدهما في أعلى درجات الإضاءة والآخر في أعلى درجات الإعتام ففي بعض الأحوال يكون التعبير بالتناسق اللوني باستخدام درجات الألوان أو باستخدام عدة ألوان.

تستخدم الألوان في عناصر الصفحة المختلفة من حروف وخلفيات وإطارات للصور والرسومات.

استخدام الإطارات (Frames):

خيار من خيارات تصميم صفحات الويب الذي يوفر تصميم الصفحة إلى عدة خلايا كل واحدة تلعب وظيفة مختلفة أو متداخلة مع محتويات الإطارات الأخرى، وهي تسمح بعرض عدد من وثائق في صفحة واحدة وتشمل الآتي: (119).

الإطارات لتحقيق المرونة:

إن أكثر المواقع التي تناسبها الإطارات هي تلك التي تتغير محتوياتها بصورة مستمرة وهنا يمكن تصميم إطار أدوات الملاحة، وإذا ما أريد حذف صفحة أو صفحات يمكن فقط تبديل الملف وهذا النوع من المواقع على سبيل المثال يحتاج إلى عدد من الملفات التي ستتغير إذا ما أضيفت صفحة الويب أو حذفت لأن لكل صفحة خانة تجول وإذا ما استخدمنا إطارات يجب أن يكون هنالك ملف وأحد لقسم القوائم وعندما تحتاج إلى إضافة صفحة فإن ذلك الملف سيتغير لعكس الإضافة التي تمت.

الإطارات الوظيفية:

توفر الإطارات وظيفة محددة بمنطقة مستهدفة من الموقع فإذا كان الموقع على سبيل المثال يحتوي بجانب أشياء أخرى على مجموعة شعرية فإنه يمكن خلق غرفة إطلاع للشعر باستخدام الإطارات.

الإطارات كأداة للتفاعلية:

تمكن الإطارات الزوار من اختيار المحتوى وهذا يتضح في المواقع ذات الملفات الكبيرة فصفحة تحتوي على ملفات الأفلام ونصوص في الوقت نفسه يمكن تقسيمها بالإطارات للتفريق بين هذه المحتويات إطار النص، إطار الأفلام، وهذا يسهل تحميل الأفلام بمعزل عن النص أو أي عناصر أخرى في الصفحة.

قضايا أخرى تثيرها المواقع الإلكترونية:

هناك قضايا أخرى يجب الاهتمام بها عند إنشاء أو تصميم الموقع الإلكتروني والإعلامي على وجه التحديد منها:

1- طبيعة الجمهور الذي يتوجه إليه الموقع، والمضامين التي تلبي احتياجات هذا الجمهور.

2- ضرورة التعامل مع مفهوم المنافسة في الإنترنت بشكل يتناسب وطبيعتها الإتصالية.

3- هناك أيضاً إشكالية المحلية والعالمية التي تطرح تساؤلات مهمة منها إلى أي مدى تستطيع عرض معطيات محلية عن طريق موقع يصل إلى جمهور واسع جداً أو غير محدد، وما هي طبيعة هذه المعطيات؟ وكيفية الموازنة بين الاهتمام بإبراز الهوية المحلية وتفادي الانطلاق الضيق الأفق[120].

4- لعل أبرز القضايا الأخرى، المردودية الاقتصادية للموقع، وكيف تتعامل مع الإعلانات التي يمكن عرضها في الموقع..

5- ولا ننسى أن وسائل الإعلام تظل مرتبطة بشكل وثيق بالنسيج السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي [121].

المبحث الثالث

الصحافة الإلكترونية

الصحافة والحاسب الآلي:

أتاح استخدام الحاسبات الآلية في مجال الإتصال الفرصة أمام الصحف لتوسع نطاق تغطيتها الجغرافية، وذلك عن طريق إصدار طبعات إلكترونية من إصداراتها اليومية لتُبَثَ إلى المشتركين في منازلهم عبر شبكات حاسوبية خاصة تُتيحُ هذه الخدمة للمشتركين الإطلاع على المواد الصحفية المنشورة باستخدام العرض الخاص بحاسباتهم الشخصية في حال بث هذه المواد كاملة عن الصحف المُصَدِرة لها، أو عن طريق طلب المشتركين الإطلاع على كامل محتويات بعض المواد التي قد يستقبلون عناوينها فقط، ويعتمد ذلك على النمط الإتصالي المتاح للمشترك مع الشبكات الباثة لهذه الصحف، مع إمكانية إتاحة النُظُم المُسْتَخْدَمة في الصحف الإلكترونية الفرصة أمام المشتركين للحصول على نسخ من الصحف المبثوثة لهم عبر الحاسبات الآلية عن طريق احتفاظهم بالآن طابعة صغيرة تقوم بطباعة الصفحات المختارة من هذه الصحف الإلكترونية(122)، فضلاً عن إتاحتها الفرصة للمشتركين في الحصول على خلفيات الأخبار، بل كل ما يتعلق بها من صور وشروحات وتفاصيل تُقَدَمُ بشكل مشاهد تلفزيونية، وذلك عن طريق التنسيق مع الإنترنت، إذ تقوم بإيصال الصحيفة بهيئتها الإلكترونية عن طريق تزويد المشتركين بقائمة من الأوامر الحاسوبية التي تمكنهم من طلب المزيد من المعلومات والصور للموضوعات المبثوثة. واتخذ ذلك شكل النصوص المتلفزة (televised texts) والتي سبق الإشارة إليها.

وهكذا يتبين أن الصحافة اليومية لم تكن بعيدة عن مجال الكومبيوتر، إذ أفادت منه في تحرير المقالات الصحفية، باستخدامها جهازاً يُطْلَقُ عليه اسم «المحرر الإلكتروني» (Electronic Editor)، وهو عبارة عن شاشة فيديو متصلة بالكومبيوتر، يتم عن

طريقها إعداد المقالات والمواد الإخبارية في الصحيفة في شكلها النهائي، وفي الواقع أن هذه الأجهزة الحديثة لها دور بارز في تحسين نوعية التحرير. وذلك عن طريق التغيير والإضافة وحذف بعض الكلمات من المقالات بجهد أقل ووقت أسرع، بل الحصول على نسخة نظيفة ومقروءة وخالية من الأخطاء[123].

ومنذ أصبح الكومبيوتر أو الحاسب الآلي عنصراً أساسياً في جميع مناحي الحياة، فإن الصحافة كانت أول من أخذ به، وكان الصحفيون من أوائل الفئات التي أفادت من مميزاته في الأطر المختلفة التي تعمل عن طريقها صناعة الصحافة، وذلك عبر ثلاثة مسارات رئيسة تشمل عمليات الإنتاج الطباعي وعمليات إنتاج النص الصحفي في أشكاله المختلفة بجانب عمليات الإنتاج المعلوماتي التي تكمل سائر العمليات المذكورة وتُجْمَعُ صناعة الصحافة في مداخلها كافة على منصة الكومبيوتر[124].

ومع ازدياد تطور صناعة أجهزة الكومبيوتر، تظهر معها وظائف مستقبلية جديدة في الصحافة، وقد ظهرت بوادر هذه الوظائف في جمع المعلومات ومعالجتها، ومن ثمَّ تخزينها حتى تحين الحاجة إليها، فيتم استعادتها لاستخدامها للغرض المنشود، وهذا ما تقوم به وكالات الأنباء العالمية عند تزويدها المؤسسات الصحفية بالأخبار عن طريق خط مباشر متصل بالكومبيوتر، كما أن بعض المؤسسات الصحفية تزود مراسليها بأجهزة كومبيوتر صغيرة تمكنهم من مراسلة صحفهم من خارج بلدانهم دون عناء يُذْكَر[125]، فبعد أن يقوم المراسل بكتابة تقريره على الحاسوب الشخصي فإنه يقوم بربطه مع خط تليفوني وينقل الحديث أو القصة الخبرية إلى المحرر في غرفة الأخبار مباشرة، وهو بعمله هذا يوفر على مؤسسته الصحفية الكثير من المال والوقت والجهد [126].

ويرتبط مفهوم الصحيفة الإلكترونية بمفهوم أوسع وأشمل هو مفهوم النشر الإلكتروني (Electronic Publishing). ولعل أهم الفوائد التي رأت الصحف أنها ستُحَقَقْ عن طريق النشر الإلكتروني تكمن في:

- أولاً: خفض التكاليف المتزايدة لإنتاج الصحيفة الورقية. فعلى مدى سنوات أجبرت هذه التكاليف الصحف والمجلات على زيادة أسعار بيعها للجمهور كما أجبرت البعض الآخر على الخروج من صناعة النشر.
- ثانياً: نقل الأخبار والمعلومات بطريقة أسرع من طباعتها على الورق فالمعلومات التي تحويها الصحيفة الورقية تكون قديمة 12 ساعة في الأقل، والمقالات التي تُنشرُ في مجلة شهرية غالباً ما تُكتَبُ قبل نشرها بثلاثة أشهر في الأقل[127].

ويبدو أن العصر الإلكتروني فرض على الصحافة ضرورة تغيير محتواها وشكلها وأساليبها، كما تغيرت عملية تصنيع ونشر الصحف، عن طريق الإفادة من الإمكانيات التي وفرتها التكنولوجيا الجديدة.

وبعديد من الطرق، أدخلت التكنولوجيات الإتصالية الإلكترونية الجديدة تغييرات غير مسبوقة على صناعة الصحافة، فأدوات الكومبيوتر مثل: معالجة الكلمات، جمع الحروف إلكترونياً، وتكنولوجيا الإنتاج، والنشر الإلكتروني قد أضافت كفاءة وفعالية أكبر في قاعات التحرير، وغيرت من أدوار المحررين والمصممين [128].

وإذا كانت الصحافة الإلكترونية هي نتاج التطور الهائل الذي شهدته تكنولوجيا الحاسب الآلي أن الفضل في ظهورها يعود أيضاً إلى محاولات الباحثين من الصحفيين والباحثين المتعددة لإنتاج صحف لا ورقية تستطيع أن تقوم بوظيفة الصحيفة المطبوعة. وتضيف إليها عن طريق الإفادة من الإمكانات الإتصالية للإنترنت [129].

وبفضل هذه التقنية الحديثة في النشر أفادت الصحف والمطبوعات الدورية من التقدم التكنولوجي الذي وفرته الإنترنت لتحسين مضمونها، وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم، عن طريق تغيير طرق التوزيع بواسطة الإنترنت وبمشاركة جهاز الحاسوب وهذه الطريقة تتميز بالسرعة والانتشار الواسع [130].

ويتوقع الباحثون في هذا المجال أن تقود المحاولات المستمرة لتطوير الصحيفة

الإلكترونية إلى تقدمها على الصحيفة الورقية في المستقبل القريب على اعتبار أن الطريق لبقاء الصحافة بصفة عامة، كوسيلة إتصال جماهيري يكمن في تطورها من حيث الشكل إلى وسيلة إلكترونية [131].

مفهوم الصحافة الإلكترونية:

إن من ابرز معالم التطور الذي شهدته الصحافة المطبوعة مستفيدة من تكنولوجيا الحاسب الآلي هو تكنولوجيا الإتصال الشبكي ظهور ما سُمَي بالصحافة الإلكترونية.

وقد استوقفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية الكثير من الباحثين والدارسين فتعهدوها بالرصد والتحليل وكان من نتيجة ذلك أن ظهرت في الأفق الكثير من التعريفات الخاصة بالصحافة الإلكترونية، ويرى الدكتور عبد الأمير الفيصل أن مفهوم الصحافة الإلكترونية لم يكن محلاً للافتراق بشكل حاد بشأن حدوده ومتغيراته، إذ نظر إليه الباحثون بطرق مختلفة تتفق في مواضع وتختلف في أخرى بوصفه مفهوماً حديثاً أوجدته تكنولوجيا الإتصال والمعلومات وانتشار استخدام الإنترنت كوسيط إعلامي[132]. والواقع أن الصحافة الإلكترونية تُمثِلُ ظاهرة عالمية لم تتبلور ملامحها النهائية بعد [133] وأشارت إحدى الدراسات إلى أن مفهوم الصحافة الإلكترونية لم يستقر عند معنى محدد لدى فئة كبيرة من الأكاديميين العرب[134].

وهناك من يشير إلى أن الصحافة الإلكترونية تجمع بين مفهوم الصحافة ونظام الملفات المتسلسلة والمتتالية في منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية، سواء المرتبطة بموضوعات عامة، أو موضوعات ذات طابع خاص، وتتم قراءتها عن طريق جهاز كمبيوتر[135]، ويرى آخرون[136] أنها الصحافة التي تخلت عن الشكل الورقي واستبدلته بشكل لا ورقي أو إلكتروني، وتتميز بما يلي:

1- إنها تصدر في الوقت الحقيقي لتحريرها.

2- تعطي القارئ فرصة لقراءتها في أي وقت.

3- تستخدم الوسائط المتعددة (Multimedia).

4- تستخدم الأسلوب التفاعلي عن طريق تكنولوجيا النص المترابط (Hyper text) الذي يتضمن وصلات (Links) لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور.

ويميل البعض إلى تعريف الصحافة الإلكترونية على أنها تلك الصحف المكتوبة والتي يعود نَسْخُها على الإنترنت وتتميز عن الصحف المطبوعة أو الورقية باستعمال كبير للألوان والصوت والصورة [137]، كما يُمثِلُ مفهوم الصحافة الإلكترونية إشارة إلى الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على الإنترنت ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها، فضلاً عن حفظ المادة التي يختارها منها وطبع ما يرغب في طباعته، ويمكن تعريفها ببساطة على أنها الصحافة التي يمكن ممارستها على الخط [138].

ويمكن القول: أن الصحافة الإلكترونية نوع من الإتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني- الإنترنت وشبكات المعلومات والإتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليه مهارات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيلة أو وسيط إتصالي بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستفاء الأخبار ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجمهور عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة[139].

الصحافة الإلكترونية البدايات والتطور:

ظهرت الصحافة الإلكترونية وتطورت كنتاج لشبكة الإنترنت العالمية التي جاءت أيضاً نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الإتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يُعرَفْ بالتقنية الرقمية، وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورتا الإتصال والمعلومات وما نجم عنهما من تقنيات وتطورات ألقت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون، والصحف) وبدأت تتكون حول نُظُم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض عن طريق

شبكات الكومبيوتر سواء المحلية أو الدولية وما تتضمنه هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد على تعابير متعددة كالصوت والنص والصورة واللون وغيرها، فلم تكد تمضي سنوات على ظهور الإنترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بالعشرات من المواقع التي تُعَدُ نسخاً إلكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية.

وتطورت الصحافة الإلكترونية عبر تجارب التيلتكست والفيديوتكست في هيئة الإذاعة البريطانية والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكياً، ومن تطور قواعد البيانات واستخدام الكومبيوتر في عمليات ماقبل الطباعة في بداية السبعينات من القرن الماضي، ويقول شيدين: ان العام 1981 يُمثِلُ البداية الحقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدماتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الأسوشيتدبرس، إلا أن هذه الخدمة توقفت العام 1982 بعد إنفضاض الشراكة [140].

تبع ذلك ظهور الخدمات الصحفية في قوائم الأخبار الإلكترونية (Bulletin Board System –BBS) في الأعوام 1985– 1988.

لقد كانت بداية ظهور الصحافة الإلكترونية كثمرة تعاون بين مؤسستي بي بي سي (BBC) الإخبارية واندبندنت برودكاستينغ أو ثوريتي (IBA) العام 1976 ضمن خدمة تيلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت إسم سيفاكس (Ceefax) بينما عُرِفَ نظام المؤسسة الثانية بإسم أوراكل (Oracle) وفي العام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عُرِفَتْ بإسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل (Prestel) قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أو ثوريتي (BTA).

وعلى الرغم من أن محاولات هذه المؤسسات لم تلقِ النجاح المطلوب إلا أن الأمر تغير كلياً مع بداية التسعينيات الذي حمل معه تطورات هائلة على جميع المستويات، وإذا كان نجاح خدمة (Tele Text) مرده الاعتماد على جهاز التلفزيون،

فإن نجاح الصحيفة الإلكترونية مرتبط بتوفر أجهزة الكمبيوتر وتطور البرامج التي تُسَهلُ الوصول إلى الإنترنت والتعامل معها، وفي مرحلة التسعينيات أصبح للإنَترنت دوراً بارزاً في نشر المواد الإعلامية بمختلف صورها وأشكالها وبلغات عديدة، وأفادت من ذلك العديد من وسائل الإعلام وفي مقدمتها الصحف التي تزايد أعداد مواقعها على الإنترنت بشكل كبير في أثناء عقد التسعينيات(141).

في العام 1992 أنشأت شيكاغو أو نلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين وبحسب كاواموتو فإن موقع الصحافة الإلكترونية الأول على الإنترنت انطلق العام 1993 في كلية الصحافة والإتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو التو (Palo Alto) وأُلحِقَ به موقع آخر في 19 حزيران 1994 وهو التوبالوويكلي (Palo Alto Weekly) لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بإنتظام على الشبكة، وتُعَدُ هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الإنترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور الإنترنت، وبدأت غالبية الصحف الأمريكية تتجه إلى النشر عبر الإنترنت خلال عامي 1994- 1995 وزاد عدد الصحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية العام 1994 إلى 115 صحيفة العام 1995 ثم إلى 368 في منتصف العام 1996 (142)، وفي 9 أيلول 1995 أُنشئتْ صحيفة الشرق الأوسط كأول صحيفة عربية تصدر عبر الإنترنت).

وتُعَدُّ صحيفة «الواشنطن بوست» أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعاً كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة تعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة وأُطلِقَ على هذا المشروع اسم «الخبر الرقمي» والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي «الصحف الإلكترونية» التي تخلت للمرة الأولى في تأريخها عن الورق والحبر والنظام التقليدي للتحرير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته

الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نُظم وسائط الإعلام المتعدد (Multimedia) وما تحقق من تنام الإنترنت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشتركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول أخرى عديدة خصوصاً في الغرب، والبدء بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات، ومنها معلومات إخبارية متخصصة في الرياضة والعلوم وغير ذلك[143].

وفيما يتعلق بعملية بناء المحتوى الإخباري للصحافة الإلكترونية فقد تطور عبر ثلاثة مراحل هي:[144]

- في المرحلة الأولى: كانت صحيفة الإنترنت تُعيدُ نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم وهذا النوع من الصحافة مازال سائداً.
- في المرحلة الثانية: يقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص لتتواءم مع مميزات النشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارة المرجعية وما إلى ذلك وهذا يُمَثِلُ درجة متقدمة عن النوع الأول.
- في المرحلة الثالثة: يقوم الصحفيون بإنتاج محتوى لصحيفة إلكترونية يستوعبون فيه مميزات النشر الشبكي ويطبعون فيه الأشكال للتعبير عن الخبر. وتشهد هذه المرحلة التي نعيشها حالياً تطوراً مهماً يتعلق بإيجاد الوسائل التي تُسهلُ أكثر عملية بث وتوزيع الأخبار، وتحسين طرق توزيع الصحف وتحصيل الاشتراكات.

فهنالك الطريقة المعروفة بتحصيل اشتراكات من الزوار إلى كل أو بعض مصادر الصحيفة في شكلها التقليدي وتلجأ إليها الخدمات الإلكترونية للأسماء المعروفة أو تلك الصحف التي نشأت على الإنترنت. وبعضها يفيد من نظام الـ (بي دي اف) PDF الذي يسمح بنقل هيئة الطبعة للصحيفة الورقية كما هي، وهذا النوع تستخدمه في الغالب الصحف والمجلات الورقية التي ترغب في توزيع النسخة الورقية نفسها بسمات إلكترونية (Same Formats of the Physical Newspaper)

بالإفادة من مميزات الأرشفة والبحث عن المعلومات والتفاعلية ويُطلَقُ عليها النسخة الإلكترونية (Electronic Edition)[145].

نماذج الصحافة الإلكترونية:

تُمثِلُ الصحافة الإلكترونية، ظاهرة جديدة في طور التشكل لم تستقر بعد طبيعتها ومقوماتها وهي تتغير في الحقيقة لأن الشبكة فضاء رحب للابتكار المستمر وبالمقابل وبحدود ما أطلعت عليه من دراسات يمكن تحديد جملة من الاتجاهات العامة للصحافة الإلكترونية انطلاقاً من التجربة العالمية، إذ تقوم الصحافة الإلكترونية من هذا المنطلق على نماذج ثلاثة أشار إليها الدكتور الصادق الحمامي[*]:

أولا: الأنموذج التقني:

تقوم الصحافة الإلكترونية على استثمار الإمكانات التكنولوجية للإنترنت، وتُحدِدُ هذه الإمكانات طبيعة المضمون، فالمواقع التي توصف بالثابتة (Statiques) لا تسمح بإرساء علاقة تفاعلية مع القارئ في حين أن المواقع الديناميكية تسمح أو تُتيحُ استخدامات عديدة كالبحث في المواقع، وسهولة الحصول على المعلومات المطلوبة بشكل آلي وخلق فضاءات شخصية للقارئ تمكنه من اختيار المضمون الذي يتناسب مع اختياراته واهتماماته. وإمكانية تشخيص الصحيفة لكل قارئ على حدة، وذلك حسب ميوله واهتماماته الشخصية، ويمكن للقارئ أن يصمم صحيفته الإلكترونية الخاصة به، ثم اختيار المعلومات التي يريد معرفتها دون ضياع الوقت والجهد في البحث عنها[146].

ثانيا: الأنموذج التحريري:

تتميز الصحافة الإلكترونية بأنها تقوم على زمنية جديدة، إذ أن إصدار الموقع لا يخضع لمفهوم الدورية كما أن للصحافة الإلكترونية بُعْداً تفاعلياً مركزياً؛ إذ يتفاعل المستخدم مع المضمون الإلكتروني بأكثر حرية (البحث في الموقع والتعليق

على المقالات) وتتسم مواقع الصحافة الإلكترونية باستخدامها فضاءات النقاش الجماعي المختلفة، عن طريق فهم الشأن العام بأبعاده المختلفة عن طريق فضاءات الدردشة والحوار وحتى المدونات.

وتتميز مواقع الصحافة الإلكترونية كذلك بتنوع المضامين ووسائطه المتعددة (صورة ونص وصوت) وتأخذ التفاعلية أشكالاً متعددة (التعليق على المقالات والاستفتاءات والتصويت والدردشة).

أما الاستخدام الأكثر أهمية أو تفاعلية فيتمثل في إتاحة الفرصة لمستخدمي الموقع لنشر مضامينهم الشخصية في شكل مدونات وحتى أفلام فيديو[147].

ثالثا: الأنموذج الاقتصادي:

وهناك أنموذجان رئيسان يحكمان اقتصاد الصحافة الإلكترونية:

1- أنموذج مجانية المحتوى والاعتماد على الإعلان:

إذ بدأت الصحف الإلكترونية باستخدام إستراتيجيات عمل تعتمد التركيز على المعلنين كمصدر للتمويل بدلاً من المستخدمين، إذ وجد ناشرو الصحف الإلكترونية انه من الأفضل إتباع طرق جديدة للحصول على عائدات من المعلنين بدلاً من زوار الموقع [148]. وأكدت إحدى الدراسات غَلَبَة الطابع التجاري على هذه المواقع، ولكنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه المستخدم داخل الموقع، زاد عدد الإعلانات التي يمكن أن يراها، وزادت فرصة أن تستهويه أحد الإعلانات ويضغط ليذهب إلى موقع الشركة المعلنة[149]، لذا اهتمت الصحف الإلكترونية بوضع المعلومات التي تؤخذ بالاعتبار عند تصميم الإعلانات الإلكترونية وضرورة الاهتمام بتأثير الأدوات وطرق وضع المعلومات وحجم المادة والمساحات الفارغة والإضاءة والتباين وحجم الصور بهدف تحقيق وضوح الرؤية والسرعة في الاستعراض وسهولة اللغة لأكبر عدد من المستخدمين[150].

2- أنموذج المضمون بمقابل:

تُتيحُ الصحف الإلكترونية للقراء الاشتراك في مواقعها على الإنترنت مقابل أجر مادي يتم دفعه، ويتمتع قارئ الصحيفة في هذه الحالة بكل المميزات ومنها: إمكان إرسال الأخبار الموجهة مباشرة إلى البريد الإلكتروني الخاص به، ويمكنها أن تقدم خدمات جديدة كالبحث عن طريق محركات بحث الإنترنت (Search Engine) مثل (Google) عن أهم وأكثر الأخبار العالمية في كل المجالات، ووضعها في قاعدة بيانات خاصة بكل قارئ حسب رغباته السابقة التحديد، ويستطيع هذا النوع من القراء إرسال المحتوى الذي تسلمه إلى عدة قراء آخرين حول العالم، وكذلك طباعة المحتوى الصحفي الموجود فيها، وتصفح الأخبار المصورة بالفيديو (Video News) ويصبح البريد الإلكتروني الذي ترسله المؤسسة الصحفية للقارئ وكالة أنباء عالمية، وتستطيع المؤسسة الصحفية أن تقوم بعمل تقسيم اهتمامات القراء، فمنها الرياضية والسياسية ومن دور النشر الإعلامية الصحفية التي قدمت هذه الخدمات للقراء المشتركين مؤخراً مؤسسة (KPCnews.com) [151]، كما بدأت بعض الصحف الإلكترونية أحداث نوع من التوازن بين خدماتها المجانية وخدماتها غير المجانية، فعلى سبيل المثال فإن موقع صحيفة الفاينشال تايمز (The Financial Times) الشهيرة بتقسيم خدمات الموقع إلى ثلاثة مستويات يتم عن طريقها تقديم خدمات مجانية (Free Access) على أهم وآخر الأخبار والمعلومات المستمدة من النسخة المطبوعة وبعض التحليلات الاقتصادية والمالية والمعلومات الأساسية عن بعض الشركات فضلاً عن متابعة الاستثمارات الشخصية عن طريق أدوات الموقع واستقبال البريد الإلكتروني ويتضمن ملخصات بالمحتويات الإخبارية وموضوعات الصحيفة الأخرى، فضلاً عن تخزين الملفات على المواقع والبحث الموسع والمتابعة اليومية لنحو خمسمائة مصدر إعلامي وصحفي[152].

وتأسيساً على ما سبق يمكن القول أن الصحافة الإلكترونية نمط إتصالي قائم بذاته، وهي ليست مجرد وضع نسخة طبق الأصل من الصحيفة على الموقع الإلكتروني،

وهي صحافة لابد أن تكون متعددة الوسائط وتفاعلية، كما أنها تتمتع بأسلوب عرض للمعلومات يعتمد على التفاعل والوصلات الإلكترونية واستخدام الموارد الصحفية التي تُسْهِمُ في تعزيز الرسالة الإعلامية.

خصائص واتجاهات الصحافة الإلكترونية:

ضمن هذا السياق لابد من الإشارة إلى خصوصية الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية تتمتع بخصائص غير متوافرة في وسائل الإعلام التقليدية:

1- حققت هذه الصحافة إمكانية النقل الفوري والآني للخبر، ومتابعة تطوراته، وتعديل نصوصه في أي وقت دون انتظار حلول اليوم التالي، وبذلك أنهت هذه التقنية واحداً من أبرز ثغرات الصحافة المطبوعة في منافستها للراديو والتلفزيون، بل أن الصحافة الإلكترونية باتت تنافس هاتين الوسيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرتاه، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد اقل من 30 ثانية من وقوع الحدث [153].

2- يتطلب البث الإلكتروني للصحف عبر الإنترنت إمكانيات مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية فالصحف الإلكترونية ستوفر التكاليف التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال[154]، وبذلك أصبح بالإمكان إصدار صحف إلكترونية بإمكانات محدودة، يمكن أن تصل إلى مستوى المشاريع الفردية، لكن الأمر يتطلب توفير تقنية الإنترنت ووجود بنية تحتية متكاملة للإتصالات [155].

3- على الرغم من قلة التكاليف غير أن الصحافة الإلكترونية تواجه كأي مشروع آخر متكامل مشكلة التمويل، فضلاً عن متطلبات الربح، فهي لإتباع كالصحف التقليدية، كما أن إستحصال بدل اشتراك شهري من المستخدمين بات يحد من

انتشارها وخصوصاً مع اتساع دائرة المنافسة بين هذا النوع من الصحف على مواقع الإنترنت، ولذلك لجأت الصحف إلى التمويل عن طريق الإعلانات سواء المبوبة أو التي تكون داخل كادرات إلكترونية مُستَلْهَمة من أشكال إعلانات الصحافة المطبوعة [156]، وقد أصبح الإعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية المسمى بإعلان اليافطة (Banner) هو مصدر الدخل الرئيس لعدد من هذه الصحف[157]، وقد كان من نتائج هذا الاستخدام للإعلان، أن تطورت صناعته سريعاً إذ توفر إمكانات الوسائط المتعددة فرصة للتحول إلى ما يعرف بالإعلان التفاعلي[158](*) الذي يُعَدُّ انتقاله جوهرية هائلة في عالم صناعة الإعلان، تُمكِنُ القارئ من مطالعة كل الإعلانات للوصول إلى مبتغاه أو السلعة التي يريد شراءها، بل انه يستطيع أن يطلب من أحد محركات البحث إيجاد ضالته لتظهر له على الشاشة كل الإعلانات المنشورة في الصحيفة حول ما يريد خلال ثوانٍ معدودة كما أن هذه التقنية تتيح للمعلنين أيضاً إمكانية إيصال إعلاناتهم إلى المستفيدين الحقيقيين منه أو القادرين على الشراء بالاتفاق مع الصحيفة على مواقع البث أو نوعية المستخدمين.

4- تُتيحُ الصحيفة الإلكترونية صفحة تحريرية نابضة بالحياة توجد فيها صفحة للرأي في مواجهة الصفحات التي تحتوي على رسائل القراء، وهو ما لا يوجد في الصحف التقليدية وهنا تشبه الصحيفة الإلكترونية خط دردشة عبر الإنترنت (Internet Ghating online) إذ تنشر المناقشات العائدة حول موضوع معين أو عدد من الموضوعات، ويتم ربط المناقشات المختلفة والمتنوعة بالمحتوى الخبري أو محتوى الرأي [159].

5- أظهرت الصحافة الإلكترونية طاقة إبداعية وقدرة هائلة على التكيف، واكتشفت رؤى وآليات عمل جديدة سيكون لها وقعها العميق على الفضاء الإعلامي عموماً [160].

6- لقد تحررت الصحافة الإلكترونية من العائق الذي كانت تعاني منه وسائل

الإعلام التقليدية: ضيق في المساحة التحريرية بالنسبة للصحافة اليومية والمجلات الورقية، وضيق الوقت بالنسبة لنشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، هذا التحرر رشحها لتحتوي عدداً غير محدود من المواد الإعلامية، فالقارئ الذي كان يعاني في السابق من الندرة الناجمة عن قيام السلطة سواء كانت الحكومة أو سلطة رأس المال أو سلطة الإعلاميين بممارسة المنع والحذف. أصبح القارئ يعاني من وفرة معلوماتية غير مسبوقة.

7- أصبحت بعض الصحف الإلكترونية تترك هامشاً (Talkback) في نهاية المقالات التي تنشرها، تقترح فيه للمستخدمين التعبير عن آرائهم فيما يقرؤنه لاسيما تلك التي تعنيهم مباشرة، بعض الآراء والتعاليق تملك أهمية أكبر من المقال الذي أثار التعليق، بعد ان أخذ الحوار شكلاً جديداً يساعد على التحليل والتفكير المنظم وفقاً للمنطق الجديد للإتصال، وأصبح بمقدور الإنسان التفاعل مع أفكار الآخرين في الشؤون الفكرية والعلمية كافة وكأنه يشتبك معهم في حوار شخصي حتى في ظل بُعدهم عنه أو عدم ارتباطه بعلاقة زمانية أو مكانية معهم هذا إلى جانب المعرفة والمعلومات التي أصبح بمقدور الإنسان الحصول عليها بشكل طور معها وعيه تجاه نفسه وتجاه بيئته الاجتماعية، وبعيداً عن حراس البوابة للسلطات السياسية والاجتماعية[161].

8- إن ما يُميز الصحافة الإلكترونية هو التركيز والاختصار والاعتماد على الصورة وربما الصوت والصورة (الفيديو) في نقل الأحداث، مثل الآليات التي يعتمدها موقع (أسلام أون لاين) في تغطياته الإخبارية، بل انه يتجه إلى إجراء حوارات حية [162].

9- تقدم الصحف الإلكترونية خدمات جديدة لا تستطيع أن تكون جزءاً من الصحف المطبوعة، فالأرشيف الذي يمكن البحث فيه عن الموضوعات المختلفة والإعلانات المبوبة يمكن أن يساعد الصحيفة على أن تكون بنكاً للمعلومات (Information Databank) فضلاً عن دورها في نشر الأخبار.

وقد طورت الوصلات الفائقة (Hyper Links) الصحيفة، وحولتها من مصدر وحيد للمعلومات إلى مصدر حافل بشبكات المعلومات دون نقطة نهاية محددة[163].

تطور الصحافة الإلكترونية:

يشير الدكتور نصر الدين لعياضي: إلى رأي الباحث (برينوباتنو) في هذا الموضوع بقوله: «حاولت الصحافة الإلكترونية أن تقوم بكل الوظائف التي كانت تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية، وذلك انطلاقاً من عمليتين أساسيتين:

- **الأولى:** مواكبة الأحداث عبر الالتصاق بآنيتها وراهنيتها والسعي لاستعادتها واسترجاعها. وفي العملية الأولى تقدم الصحافة الإلكترونية شكلاً من الخدمات الإخبارية القريبة من النشاط اليومي لوكالات الإنباء: التدافع في ملاحقة الأحداث بشكل مستمر لتغطية شريط الأنباء الذي لا يتوقف والذي يشمل مختلف المواضيع.
- **الثانية:** أنها تقدم خدمات إعلامية، معرفية: من الأخبار والمعلومات تشكل بنكاً من المعلومات مهيكلاً بوصلات النص المتشعب ومعروضاً بشكل مرئي وتضم هذه الوصلات التطور التفصيلي للأحداث والمؤشرات البيلوغرافية، والإحالات إلى المراجع والمصادر المتنوعة، والتذكير بسياق الأحداث وتأريخها.

هذه الحقيقة تؤكد بأن وسائل الإعلام الإلكترونية تأخذ شكلاً تنظيمياً لم يكن شكلها في انطلاقتها الأولى» [164].

وتقوم بوظائف لم يكن متوقعاً القيام بها في بداية مشوارها، فالصحافة الإلكترونية تعمل على منحنيين مختلفين سجل الحاضر وتداعياته وسجل الماضي وسياقاته وحتى تفي بمستلزمات السجل الأول اتجهت إلى تقديم «ملخصات للأحداث أو الأخبار»[165].

فالملخص الإخباري أصبح مؤشراً قوياً في نشاط بعض الصحف الإلكترونية مثل الطبعة الإلكترونية لصحيفة (New York Time) والتي غطت أحداث الحادي

عشر من أيلول 2001، فميزة الملخص أنه يسمح بمتابعة الطارئ والمُستجَد ويتضمن بعض الإضاءات المستمدة من خلفيات الأحداث.

وهذا ما يعني أن الأخبار في الصحافة الإلكترونية تمتلك «سمكاً» أكبر مما لو نُشِرَتْ في وسائل الإعلام التقليدية التي تعاني من ضيق الوقت والمساحة، إذ أنها تستوعب كل ما هو جديد وطارئ في الحدث ويبث في آنه، وتتضمن في الوقت ذاته، خلفية عن الحدث: الإحصائيات والأرقام، التصريحات الكاملة التي أخذ منها مقتطف ووضع في متن الخبر، صور مختلفة، تقديم لمحة عن الأشخاص المرتبطين أو المشاركين بالحدث أو أطرافه، والتعريف بمصادر الأخبار إذا لزم الأمر[166].

إن نشوء الصحيفة الإلكترونية في فضاء الإنترنت قد أوجد خصائص متعددة لنوعية العمل وشكل الصحيفة، فعلى الرغم مما لدى الصحفيين من مهارات أولية في التحرير وكتابة التقارير، والتي بقيت جزءاً أساسياً من عملية بث الأخبار، إلا أن نشر الأخبار عن طريق الإنترنت، يقدم فرصاً جديدة للصحف في طريقة تقديم الأخبار، ويمكن استخدام مجالات إتاحة أوسع للخروج من الصيغ التقليدية لنشر الأخبار في الصحف [167].

ومع تطور النشر الإلكتروني وتغير المفاهيم الخاصة بسبل النجاح والتفوق تغير الوضع بالنسبة للصحيفة الإلكترونية وأصبح موعد الإنجاز الأخير لا يرتبط بوقت، بل انه على مدار 24 ساعة يومياً: هذا التطور يُعَدُّ نتيجة حتمية للمنافسة الشديدة بين الصحف ووسائل الإعلام الأخرى وبشكل خاص التلفزيون والراديو والسباق فيما بينها لنشر الأخبار العاجلة.

وقبل ظهور الصحف الإلكترونية كان التلفزيون والراديو يتفوقان دائماً على الصحيفة في نقل الخبر للمستمع والمشاهد فور حدوثه، في حين كان على الصحفي الانتظار لليوم التالي حتى يتمكن من نشر الخبر نفسه والذي كان القارئ قد استقبله قبل ساعات.لذا فإن السمة الفورية والآنية في إمداد المستخدم بالأخبار والمعلومات من أهم مبررات الإقبال على قراءة الصحف الإلكترونية [168].

إلا أن الصحافة الإلكترونية - حتى على المستوى الدولي- كما أكدت دراسة حديثة[169] لم تحقق الاستثمار الكامل لجميع مزايا الإنترنت، فضلاً عن أن هناك فجوة (Cap) بين إدراك الإمكانات والتسهيلات التي تتيحها الإنترنت لإنتاج الأخبار الإلكترونية من جهة، والاستثمار الفعلي لتلك الإمكانيات.

كما أن تجربة تفاعل مواقع الصحف الإلكترونية وبخاصة العربية ما تزال في أطوارها الأولى، وأنها جاءت متأخرة كثيراً، وان نصفها تقريباً يهتم بنوع من التفاعلية هي في الغالب النوع البسيط الذي يجب توافره عادة في المواقع الصحفية[170].

العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة:

يؤكد عدد من الخبراء[171] أن الصحافة الإلكترونية لن تقضي على الصحافة التقليدية، فليس هذه هي المرة الأولى التي تواجه بها الصحافة التقليدية تحدياً مثل هذا، فمن قبل أعلن الكثيرون عن موت الصحافة مع بدء الإرسال التلفزيوني، وعلى الرغم من ذلك ازدهرت الصحافة في وجود التلفزيون بصورة لم تشهدها من قبل.

في حين يرى فريق آخر: أن الصحافة الإلكترونية لا تستطيع منافسة الصحيفة التقليدية فيما يتعلق بالتغطية الإخبارية الشاملة والمتعمقة للإحداث فضلاً عن قراءة الأخبار على شاشات الكومبيوتر تقل سرعتها 25٪ عن سرعة قراءتها من الصحيفة التقليدية وإذا كانت الصحيفة التقليدية لم تُعَدُّ صاحبة السبق في التغطية المباشرة للأحداث ونقل الأخبار، إلا إنها تمتلك القدرة على تقديم التقارير الإخبارية التي تقدم للقارئ ما يحتاجه من خلفيات ومعلومات لا تستطيع الصحيفة الإلكترونية تقديمها على عجل وهي بذلك تقوم بدور حيوي يجعلها مهمة إلى جانب الصحافة الإلكترونية [172].

لقد كانت الصحافة المطبوعة نمطاً إتصالياً استجاب للحاجات التي فرضتها الثورة الصناعية، فضلاً عن كونها نتاجاً تقنياً لها، والأمر ذاته يكاد يتكرر مع

الصحافة الإلكترونية كنمط إتصالي جديد، بدأ كامتداد إلكتروني للصحافة المطبوعة، ثم بدأ وكأنه بديل أو منافس لها قبل أن تتجمع مؤشرات على هذا النمط الإتصالي الجديد هو تجربة إنسانية مُسْتَحْدَثة ومنسقة مع الثورة التقنية ونتاج لها وهي بمميزاتها وإمكانياتها تحتفظ بمسافة عن الصحافة التقليدية أو المطبوعة، لكن كلا النمطين كانا استجابة لحاجات العصر وتحقيقاً لرغبات الجمهور فيه، وعن طريق ما أوحت به تقنياته مع إحتفاظ الصحافة الإلكترونية بميزة التسارع والانتشار[173]. وفي التطور بفعل محددات البيئة الإلكترونية المتغيرة والمتطورة عملت مؤخراً الصحافة المطبوعة على تعديل خطوطها التجريبية في مواجهة التدفق المعلوماتي، إذ أصبحت لاتسابق الوسائل الإعلامية الإلكترونية في المعلومات والخبر وحسب وإنما في فلسفة ماوراء الخبر بالتحليل الموسع والتقارير الإستقصائية (Investigation) فضلاً عن صناعة الرأي التي تهم الجمهور القارئ بدرجة عالية[174] إلا أن مفهوم الصحافة المتميزة سوف يتغير، فمن المؤكد أن نشر أفضل مقال عن أحدث الأخبار سيظل دائماً هو صاحب الأهمية الأولى، لكن ما يميز الصحافة الإلكترونية هو تقديم أكثر المعلومات شمولاً وأفضل الوسائل للوصول إليها [175].

إن ما سبق عرضه يؤكد أن وسائل الإعلام، لم تلد مكتملة البناء بل تنمو وتتطور في شكلها ومضمونها ضمن مسار من التأثير والتأثر. فالصحافة المطبوعة التي تمتلك تراثاً غنياً يمتد على مدار حوالي ربع قرن، ظلت تتأثر بوسائل الإعلام التي ظهرت بعدها، على مستوى المحتوى والشكل.

وبعد سنوات قلائل من الوجود أصبحت صفحات الويب هي التي تؤثر على إخراج الصحف المطبوعة، إذ يمكن أن نلاحظ «نوافذ» عدة بألوان مغايرة داخل المقال الواحد، من أجل توجيه النظر، ومحاكاة فعل القراءة على شاشة الكومبيوتر، أي تجزئة المحتوى وتوزيعه على النوافذ المسدودة في المتن [176].

هوامش الفصل الثاني

---

(1) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، ط1، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص123.

(2) شادي محمود حسن القاسم، دور النشر الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات، الإنترنت والمعلومات، (عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2007)، ص32.

(3) فايز عبد الله الشهري، صورة المملكة العربية السعودية على شبكة الإنترنت، مصدر سابق، ص15.

(4) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، مصدر سابق، ص144.

(5) سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، مصدر سابق، ص45.

(6) السيد السيد النشار، النشر الإلكتروني، (الإسكندرية، دار الثقافة العلمية، 2007)، ص16.

(7) حسن أبو خضرة، النشر الإلكتروني، رسالة المكتبة، مج 23، عمان، أيلول 1988، ص32- 34.

(8) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص64.

(9) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1990)، ص95.

(10) عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص60.

(11) جون ر. بتنز، مقدمة في الإتصال الجماهيري، (عمان، مركز الكتب الأردني، 1986)، ص496.

(12) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الإتجاهات الحديث، ط2، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007)، ص176.

(13) السيد السيد النشار، النشر الإلكتروني، مصدر سابق، ص26.

(14) Petter Wiliams and David Nicholas, the migration of news to the web as lib proceedings: news information perspective, vol: 51, 4, 1999.

(15) سعيد الغريب، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003)، ص243.

(*) طريق المعلومات فائق السرعة: ويعني استخدام أجهزة الكمبيوتر والتلفزيون في نظم متداخلة ومتطورة بحيث يمكن من خلالها تبادل الرسائل والمعلومات عبر الأقمار الصناعية ونظم المعلومات الإلكترونية، إزاء التطورات المذهلة في مجال التكنولوجيا الإتصالية والمعلومات، توصل وزراء المالية والاقتصاد في الدول السبع الصناعية الكبرى في شباط 1995 بيروكسل إلى اتفاق حول تطوير وانسياب المعلومات بطريقة فائقة السرعة، عبر ما يسمى بطريق المعلومات السريع (Supper high way) كما تم بحث تامين انتقال المعلومات دون عوائق وتجنب أي عوائق تعرقل تطوير الشركات الكبرى لهذه التكنولوجيا.

(16) فرانك كيلش، ثورة الإنفوميديا، كيف تغير عالمنا وحياتك؟، ترجمة: حسام الدين زكريا، مراجعة: عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 253، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2001)، ص405.

(17) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص75.

(18) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، ثروة الصحافة في القرن القادم، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1999)، ص 150- 155.

(19) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، مصدر سابق، ص72.

(*) الرقمية: تعتمد الأنظمة الرقمية على تحويل المعلومات والبيانات إلى شكل يستطيع

الحاسب أن يتعامل معه وذلك بترميزها أو تحويلها إلى مجموعة إشارات رقمية تأخذ القيمة واحداً أو صفراً، وحين تمثل البيانات والمعلومات والصور والأصوات وغيرها في الشكل الرقمي تصبح مجموعة نبضات كهربائية يمكن نقلها عبر الحاسبات وشبكات الإتصال دون أن تتأثر بالتشويه أو التشويش الذي يحدث في حالة الإتصالات التناظرية التي كانت سائدة قبل ظهور التكنولوجيا الرقمية.

(20) نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، مصدر سابق، ص64.

(21) ينظر: عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص89؛ طارق سيد أحمد الخليفي، تكنولوجيا الإتصال الحديثة، مصدر سابق، ص ص126- 127.

(22) سعيد الغريب، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، مصدر سابق، ص234.

(23) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص95.

(24) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة،ط2، مصدر سابق، ص174.

(25) سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، مصدر سابق، ص4.

(26) إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام والمجتمع، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2007)، ص180.

(27) سعيد الغريب، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، مصدر سابق، ص145.

(28) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، ط1، مصدر سابق، ص145.

(29) حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، مصدر سابق، ص203.

(30) ملفين ل ديفلير وساندرا روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002)، ص468.

(31) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، ط1، مصدر سابق، ص147.

(32) منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2004)، ص243.

(33) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، مصدر سابق، ص210.

(34) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال ومستقبل صناعة الصحافة، مصدر سابق، ص234.

(35) عباس مصطفى، صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص67.

(36) Gergory, Ferrell Lower. The internet in: Augured. Grant(edit). Communication Update. 9. edition. Focal Press. Bosten, 1995, P. 154.

(37) بيل غيتس وناثان مايرونولد، المعلوماتية بعد الإنترنت، طريق المستقبل، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسة عالم المعرفة، العدد 231، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1998)، ص156.

(38) محمد فتحي عبد الهادي وآخران، مراكز المعلومات الصحفية، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1996)، ص317.

(39) فؤاد يوسف فزالجي، السلطة الخامسة، علم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، (بغداد، دار الشؤون الثقافية، 2006)، ص138.

(40) فرانك كيلش، ثورة الإنفوميديا، مصدر سابق، ص98.

(41) أماني محمد السيد، الدوريات الإلكترونية، مصدر سابق، ص35.

(42) حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا المعلومات والإتصال، مصدر سابق، ص87.

(43) عباس مصطفى، صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص69.

(44) سعيد الغريب، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، مصدر سابق، ص235.

(45) Strong W., copyright in atime of change. The journal of Electronictulilis, 1999, P.20

(46) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص90.

(47) فرانك كيلش، ثورة الإنفوميديا، مصدر سابق، ص412.

(*) أن الوثيقة يمكن أن تكون أي مجموعة من المعلومات فالمقالة الصحفية وثيقة، لكن التعريف الأوسع يمكن أن يشمل أيضاً البرنامج التلفزيوني، أو الأغنية أو لغة الفيديو التفاعلية، ولأن المعلومات يمكن أن تخزن بشكل رقمي فيصبح من السهل الوصول إلى الوثائق وتخزينها وإرسالها عن طريق الإنترنت.

(48) بيل غيتس وآخرون، المعلوماتية بعد الإنترنت، طريق المستقبل، مصر سابق، ص168.

(49) زين عبد الهادي، النشر الإلكتروني، التجارب العالمية مع التركيز على عمليات إعداد النص الإلكتروني، الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مجلة السادس، العدد 12، المغرب، حزيران 1999، ص38.

(50) دافيد دوبير وكريستيان دوبان، النشر الإلكتروني، منشور في مهن النشر، ترجمة: أسامة نبيل وحمادة إبراهيم، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2007)، ص107.

(51) محمد جاسم فلحي، النشر الإلكتروني، مصدر سابق، ص 93.

(52) محمد عبد الحليم حسب الله، والشحات سعيد عثمان، فاعلية النشر الإلكتروني في علاج بعض مشكلات الكتاب الجامعي، جامعة المنصورة، كلية التربية متاح على الإنترنت http://www.angelfire.com/ma4/ebook تأريخ الوصول: 17/ 5/ 2007.

(53) شادي محمود حسن القاسم، دور النشر الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات، مصدر سابق، ص182.

(54) سعود راشد العنزي، مجلة العربي وتقييم المواقع العربية على الإنترنت، ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، مجلة العربي،العدد 591، الكويت، 21-22 نيسان 2001، ص21.

(55) أحمد بشارة، النشر الإلكتروني ومجتمع المعرفة، ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21-22 نيسان 2001،ص36.

(56) أسامة محمود الشريف، ثورة المعلومات، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، منشور في الصحافة العربية في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا، (القاهرة، مطبوعات إتحاد الصحفيين العرب، 2000)، ص68.

(57) عماد بشير، الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21-22 نيسان 2001،ص44.

(58) حسن رضا النجار، تكنولوجيا الصحافة، مقاربة أولية، مجلة البحوث الإعلامية، ع 33، ليبيا، 2006، ص153.

(59) عماد بشير، خدمات المعلومات الصحفية العربية على الإنترنت، ورقة مقدمة إلى الندوة العربية الخامسة للمعلومات- النادي العربي للمعلومات-، دمشق، تموز 2002، متاح على الإنترنت في موقع النادي العربي للمعلومات.
<http//www.arabcin.net/Arabic/5 nad weh/ pivot> Arabic press internet htm>
تأريخ الوصول 12/ 4/ 2007.

(60) عماد بشير، الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، مصدر سابق،ص45.

(61) جمال الزرن، تساؤلات عن الإعلام الجديد والإنترنت، منشور في العرب وثورة المعلومات، سلسلة كتب المستقبل العربي (44)، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، تموز 2005)، ص112.

(62) السيد بخيت، الإنترنيت وسيلة إتصال جديدة، مصدر سابق، ص71.

(63) أمجد الماجد، المواقع الإلكترونية العربية والإعلان، متاح على الإنترنت في جريدة باب، 28 شباط 2003 : http://www.bab.com، تأريخ الوصول في 14/ 9/ 2007.

(64) حسام عبد القادر، الصحافة الإلكترونية بين الأمس واليوم، مداخلة في الندوة التي نظمتها مجموعة هارتس ان وان وهوارشتر الإلكترونيتين في 17 تموز 2007، القاهرة، متاح على الإنترنت http://husseineinrashed.jeeran.com archive/2006/6/60528 html
تأريخ الوصول في 28/ 12/ 2007.

(65) ناهد رمزي، المرأة والإعلام في عالم متغير، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص15.

(66) حسام عبد القادر، الصحافة الإلكترونية بين الأمس واليوم، مصدر سابق. URL

(67) الصادق الحمامي، اتجاهات الصحافة الإلكترونية في العالم وفي تونس، مصدر سابق. URL

(*) تقسيم أنواع المواقع وفق ما اقترحه الدكتور عباس مصطفى صادق.

(68) عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، (أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات الإستراتجية والبحوث، 2007)، ص111.

(*) التجارة الإلكترونية: نظام لبيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات عبر الإنترنت، فيما يشبه سوقاً إلكترونية لا حدود له يتواصل فيها البائعون، موردون، أو شركات، أو محلات والوسطاء والمشترون، وتقدم فيها المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية.

(69) يحيى اليحياوي، في العولمة والتكنولوجيا والثقافة، (بيروت، دار النهضة، 2004)، ص177.

(70) عادل الأنصاري، الصحافة الإلكترونية، المعايير والضوابط، ورقة مقدمة إلى ندوة الصحافة الكترونية في نقابة الصحفيين المصرية، في تاريخ 9/8/2004 متاح على الانترنت http://www.islamonlin.net/arabic/arts/2004/articleht
تاريخ الوصول 14/11/2008 . URL

(71) عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، مصدر سابق، ص115.

(72) غولد تشيرل، البحث الذكي في شبكة الإنترنت، تقنيات وأدوات للحصول على أفضل النتائج، ترجمة عبد المجيد بوعزة، السلسلة الثانية، العدد 38(الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2001)، ص213.

(73) عباس مصطفى، الإنترنت والبحث العلمي، مصدر سابق، ص116.

(74) نشرة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، للتقنية في غربي آسيا، العدد السابع، تشرين الثاني 2007.

(75) Mark Duze, The web and its journalism, op.cit., p. 210.

(76) محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008)، ص103.

(77) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد، مقاربة تواصلية- مجلة إتحاد الإذاعات العربية، مجلة يصدرها إتحاد الإذاعات العربية، العدد الرابع، تونس، لسنة 2005، ص15.

(78) محمد منصور، المدونون... الصحفيون الجُدد: ضربة حرة في مرمى القمع العربي، جريدة القدس العربي، السنة العشرون – العدد 5887، لندن، 8/ 3/ 2008.

(79) الصادق الحمامي، المدونات النسائية (عالمهن المنكشف)، دراسة، متاح على الإنترنت في موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام والإتصال، www.arabmediastudies.net تأريخ الوصول: 27/ 12/ 2007.

(80) روبير مارتان، مدخل لفهم اللسانيات، ترجمة عبد القادر المهيري، مراجعة الطيب البكوش، (بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2007)، ص34.

(81) الصادق الحمامي، نهاية الجمهور، دراسة متاح على الإنترنت موقع البوابة العربية للعلوم الإعلام والإتصال، www.arabmediastudiese.net، تأريخ الوصول: 3/ 2/ 2008.

(82) حسني محمد نصر – سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004)، ص317.

(83) حسني محمد نصر – سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص318–319.

(84) نصر الدين العياضي، الشباب الإماراتي والإنترنت، دراسة ميدانية في الإنترنت والسلوك الثقافي، مجلة الرافد، العدد 89، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 2005.

(85) نصر الدين العياضي، الإتصال الحديث في مجال الإعلام، مصدر سابق.

(86) J. D. Lasica, Video comes to tue web Amrican Jounrnalism review, January February 1998. available on: http://www.well.com/user/jd/coljan98.html. accessed at 11.2.2008.

(87) ديبرا بوتر، دليل الصحافة المستقلة، نشرة تصدرها وزارة الخارجية الأمريكية،

مكتب برامج الإعلام الخارجي، متاح على الإنترنت في http://usi8nfostate.gov/2006، تأريخ الوصول في 2/ 4/ 2008.

(88) حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني، مصدر سابق، ص51.

(*) الفضاء المعلوماتي cyper space: انه بيئة إنسانية وتكنولوجية جديدة للتعبير وتبادل المعلومات، وهو يتكون أساساً من الأشخاص الذين ينتمون لكل الأقطار والثقافات واللغات والأعمار والمهن، والذين يعرضون او يطلبون المعلومات من ناحية، وشبكة عالمية من الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض، عن طريق البنية التحتية الإتصالية والتي تسمح بتداول المعلومات ونقلها بطريقة رقمية (Digital).

(89) نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، مصدر سابق، ص345.

(90) حسن مظفر الزرو، حروب المعلومات الإعلامية أنموذج التعامل مع مفردات ساخنة، منشور في ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، سلسلة كتب المستقبل العربي (57)، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، شباط 2008)، ص132.

(91) جمال الزرن، العرب وثورة المعلومات، مصدر سابق، ص114.

(92) مفيد فوزي، قضايا العولمة والمعلوماتية، مجتمع ما بعد الصناعة ومجتمع المعلومات، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2003)، ص193.

(93) رشا عبد الله، الإنترنت في مصر والعالم العربي، (القاهرة، آفاق للنشر والتوزيع، 2005)، ص68.

(94) لمزيد من التفاصيل ينظر: يحيى اليحياوي، العرب وشبكات المعرفة، دراسة في المواقع والواقع، (بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، 2007)، ص 34- 68.

(95) نبيل علي، ملامح الواقع المعلوماتي العربي وآفاقه المرتقبة، منشور في المعلوماتية في الوطن العربي، الواقع والآفاق، (عمان، مؤسسة عبد الحميد شومان، 2002)، ص178.

(96) معن النقري، المعلوماتية والمجتمع، مجتمع ما بعد الصناعة مجتمع المعلومات، (بيروت، المركز الثقافي العربي، 2001)، ص52.

(97) محمد غنايم، اللغة العربية وبناء المستقبل العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 347، السنة الثلاثون، 2008)، ص58.

(98) يحيى اليحياوي، العرب وشبكات المعرفة، مصدر سابق، ص69.

(99) نبيل علي، ملامح الواقع المعلوماتي في الوطن العربي، مصدر سابق، ص179.

(100) تيسير أبو عرجة، الإعلام العربي وتحديات الحاضر والمستقبل، (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005)، ص22.

(101) ناهد رمزي، المرأة والإعلام، مصدر سابق، ص19.

(102) حنان يوسف، تكنولوجيا الإتصال ومجتمع المعلوماتية، (القاهرة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2006) ص18.

(103) فاروق أبو زيد، إنهيار النظام الدولي من السيطرة الثنائية إلى هيمنة القطب الواحد، (القاهرة، دار أخبار اليوم، مطبوعات قطاع الثقافة، 1991)، ص11.

(104) السيد بخيت، الإنترنت وسيلة إتصال جديدة، مصدر سابق، ص46.

(105) للمزيد من التفاصيل ينظر: فرانك لتشنر وجون بولي، العولمة الطوفان أم الإنقاذ، ترجمة: فاضل جتكر، المنظمة العربية للترجمة، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004)، الفصلين السابع والثامن منه المخصصين للعولمة الثقافية والإعلامية في العمل المتقن.

(106) لمزيد من المعلومات ينظر: شريف درويش اللبان، الاتجاهات الحديثة في بحوث تصميم مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الويب، بحث مقدم إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، (جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22- 23 تشرين الثاني، 2005). إذ ضم البحث أكثر من 100 دراسة في مجال قراءة تصميم المواقع الإلكترونية وتأثيرها في مجال استرجاع الأخبار.

(107) Tom Lieb, available on www.tomnson.edu/lieb/edithing/desging.htm . accessed, 11-4-2008.

(108) Jako P. Nielson. Alertbox, January 1999, differences between print desing web desing, available on. www.useit. Accessed at 4-5-2008.

(109) محمد شومان، الصحافة الإلكترونية العربية، مصدر سابق،ص23.

(110) أمين شوكت الفزعة، غادة النعيمي، تكنولوجيا الإنترنت، (عمان، دار البداية، ناشرون وموزعون، 2007)، ص21.

(111) مايكل رايت وموكول ياتل الإتصالات والإعلام، مصدر سابق، ص18.

(112) Philip story. Standard generalized markup language enact\rta encyclopedia on line 2000, available on http://enearta-msh-com1997 accessed 7/3/2007.

(113) عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص120.

(114) Patrick Lynch and Saraha hortan. Yale web style Guide Yale university available on http://www.infomed.yale edu/caim/mahual/1997, accessed at 22-3-2007.

(115) Craig Brahham. The anatomy of web page. Saint Louis university. Usa available on:http://www.english.ttu.edu/craig/2.2/news/youcanuse/craig/page.html> 27/3/1997. accessed 7/5/2007.

(116) Craig Brahham., The anatomy of, web page, op cit, URL..

(117) مايكل رايت وموكول باتل، الإتصالات والإعلام، مصدر سابق، ص19.

(118) Repecca J. Chamber in, "Perce Options of Graphics no overuse graphics on web sites" AEJMC conference papers, (Oct. 1998) online available on http://listmsnedu/ogi-bin/wa?, accessed at 8 April, 2007.

(119) أمين شوكت، غادة النعيمي، تكنولوجيا الإنترنت، مصدر سابق، ص89.

(120) رامي اكرم شريم، الإعلام العربي في الإنترنت، مصدر سابق، ص27.

(121) أشرف صالح، الطريق السريع للمعلومات ووسائل الإتصال والإنتاج في الوطن العربي، مجموعة دراسات صادرة عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1999، ص179- 181.

(122) فهد عبد العزيز العسكر، التقنيات الصحفية الحديثة وأثرها على الأداء المهني للصحف المعاصرة، (الرياض، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1998)، ص13.

(123) حمزة بيت المال وآخرون، الإعلام والكمبيوتر، الواقع والاستخدامات والتطبيق، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، العدد 61، تشرين الثاني 1990، ص24.

(124) عباس مصطفى صادق، الصحافة والكومبيوتر، مصدر سابق، ص17.

(125) حمزة بيت المال وآخرون، الإعلام والكمبيوتر، الواقع والاستخدامات والتطبيق، مصدر سابق، ص25.

(126) علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، ط2، (عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2007)، ص17.

(127) محمد عثمان العربي، الإنترنت: الاستخدامات والانتشار في السعودية، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الإتصال والمجتمع الخليجي، الواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس، مسقط، 2003، ص6-7.

(128) شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص206.

(129) شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص208.

(130) جمال بو عجمي وبلقاسم بن روان، الصحافة الإلكترونية في الجزائر، الواقع والآفاق، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005،ص4.

(131) مروة محمد كمال الدين، مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007)، ص200.

(132) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص208.

(133) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد، مقاربة تواصلية، مصدر سابق، ص12.

(134) أحمد مصطفى عمر، التعرض للصحافة الإلكترونية والمطبوعة، بحث مقدم إلى مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، 22-23 تشرين الأول 2005.، ص3.

(135) أسامة محمود الشريف، الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة بحوث الندوة العلمية للمؤتمر التاسع لإتحاد الصحفيين العرب، (عمان، دار الكتب المصرية، 2000)، ص18.

(136) يُنظر: شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي الإتجاهات الحديثة، ط2،

مصدر سابق، ص126؛ محي الدين عبد الحليم، فنون الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، مصدر سابق، ص100.

(137) أحمد فضل شبلول، ثورة النشر الإلكترونية، (الإسكندرية، دار الوفاء للنشر والتوزيع، 2004)، ص12.

(138) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، مصدر سابق، ص8.

(139) جمال محمد غيطاس، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 114، القاهرة، آذار 2004، ص28.

(140) Shedden. David. New media timeline (1969- 2004) pointer institute. 2005, P.21.

(141) عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005، ص3.

(142) Kawamoto. K., Digital Journal, Op. Cit. P.41.

(143) مي العبد الله، الإتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة، (بيروت، دار النهضة العربية، 2001)، ص76.

(144) Pavlik, Jhon V., The fature of online journalism, Op. Cit., P. 61.

(145) عباس مصطفى، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت، مصدر سابق.

(*) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد، مقاربة تواصلية

(146) سامي طايع، استخدامات شبكات المعلومات - الإنترنت في الحملات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، نيسان - حزيران 1997، ص3.

(147) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد، مقاربة تواصلية، مصدر سابق، ص11.

(148) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، دراسة ميدانية، دكتوراه غير منشورة في جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، 2005، ص97.

(149) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد، مقاربة تواصلية، مصدر سابق

(150) انتصار رسمي موسى، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، (عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 2004)، ص211-212.

(151) مروة محمد كمال الدين، مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً، مصدر سابق، ص 232-233.

(152) الصادق الحمامي، الإعلام الجديد، مصدر سابق، ص13.

(153) أسامة محمود الشريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام لإتحاد الصحفيين العرب، (عمان، منشورات الإتحاد العام للصحفيين العرب، 2000)، ص77.

(154) جان جيران كرم، الإعلام العربي إلى القرن الواحد والعشرين، (بيروت، دار الجيل، 1999)، ص30.

(155) لقاء مكي، الصحافة الإلكترونية، دراسة في الأسس وآفاق المستقبل، مصدر سابق، URL.

(156) مي العبد الله، الإتصال في عصر المعلومات، الدور والتحديات الجديدة، (بيروت، الدار الجامعية للطباعة والنشر، 1999)، ص83.

(157) أسامة محمود الشريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، مصدر سابق، ص79.

(*) يشكل الإعلان التفاعلي (Interactive Advertising) أحدى ظواهر ثورة الإتصال المعاصرة، وهو لم يعد مقتصراً على الإنترنت كوسيط، بل بات هذا النوع من الإعلان ممكناً عن طريق التلفزيون التفاعلي والراديو التفاعلي، واصطلاح التفاعلي يرمز إلى نمط العلاقة الجديدة بين وسيلة الإعلام والجمهور، إذ يكون بإمكان المشاهد أو المستمع تحديد ما يريده من الوسيلة بل والتدخل في صياغة مضامينها، للمزيد يراجع: فرانك كيلش ثورة الإنفوميديا: الوسائط المعلوماتية، وكيف تغير عالمنا وحياتك؟، ترجمة: حسام الدين زكريا مراجعة: عبد السلام رضوان،، سلسلة عالم المعرفة، العدد 253، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2000)، ص385- 386.

(159) شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص217.

(160) الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مصدر سابق، ص151.

(161) عبد الله بن مسعود الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري، مصدر سابق، ص46.

(162) حسام عبد القادر، الصحافة الإلكترونية بين الأمس واليوم، مصدر سابقURL.

(163) شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص47.

(164) Bruno Patino: Transmetter, regai, souvenir: journalisim valiable on internet – http:// www.text-e-org/d-8 cite accessed at 26/09/2007.

(165) Bruno patino, Transmettre, reagi, souvnit, journalism, Ibid, URL..

(166) نصر الدين العياضي، الصحافة الإلكترونية، أحادية الشكل وتعدد المضامين أم أنواع صحفية جديدة، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005، ص10.

(167) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص124.

(168) رضا عبد الواجد أمين، استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، دراسة ميدانية، دكتوراه غير منشورة في (جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، 2005)، ص118.

(169) عباس مصطفى، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت، مصدر سابق، ص12.

(170) حلمي محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافة المصرية والأمريكية، دكتوراه غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب بقنا، 2004)، ص198.

(171) لمزيد من التفاصيل ينظر: سعود صالح الكاتب الإعلام القديم والإعلام الجديد، ماذا يقول الخبراء والمتخصصون عن العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص78.

(172) محيي الدين عبد الحليم، فنون الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، مصدر سابق، ص151.

(173) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات ومستقبل صناعته الصحافة، مصدر سابق، ص213.

(174) عبد الله بن مسعود الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، مصدر سابق، ص248.

(175) فرانك كيلش، ثورة الإنفوميديا الوسائط المعلوماتي، وكيف تغير عالمنا وحياتك؟، مصدر سابق، ص407.

(176) نصر الدين العياضي، الصحافة الإلكترونية، أحادية الشكل وتعدد المضامين أم أنواع صحفية جديدة، مصدر سابق،ص12.

الفصل الثالث

الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية

- المبحث الأول: مفهوم البوابات، خصائصها، أنواعها
- المبحث الثاني: الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية

الفصل الثالث

الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونيـة

المبحث الأول

مفهوم البوابات، خصائصها، أنواعها

المدخل:

لاشك أن ثورة المعلومات والإتصالات الحديثة قد تركت تأثيرات جمة على وسائل الإعلام من حيث رفع مستوى قدرة الإعلام على الوصول إلى جمهور أوسع، وإحداث تأثيرات أكثر عمقاً فيه وفي تشكيل الرأي العام حول القضايا المطروحة، واستحداث وظائف إعلامية كانت غائبة أو محدودة الانتشار، ومن الناحية الإخبارية فإن التطورات التكنولوجية قد مكنت من تسريع نقل الأخبار، إذ أصبح النقل المباشر هو المقياس الجديد في نقل المعلومات، وهو ما أعطى وسائل الإعلام الحديثة قدرات إضافية لوضع المُتلَقي في صورة الحدث عن طريق توظيف التكنولوجيا في سرعة نقل الأخبار وعن طريق التقنيات الإعلامية الحديثة التي تقوم

بتحديث معلوماتها الإخبارية في كل لحظة... ولعل دخول البوابات الإلكترونية في العمل الإعلامي حمل الكثير من التأثيرات على الوظيفة الإخبارية قد يكون من أهمها تمكين الأفراد من الإطلاع الفوري على أحدث التطورات بصرف النظر عن الموقع الجغرافي الذي يكونون فيه.

مفهوم البوابات Portals

في أثناء السنوات القليلة الماضية، لم تعد الإنترنت حاضنة لمواقع مستنسخة لصحف موجودة أصلاً، بل أصبحت منطلقاً لبوابات إخبارية متخصصة (Portals) مكرسة كلياً للخدمات الإخبارية المعلوماتية بأنواعها كافة[1].

كلمة البوابة مأخوذة من المصطلح الإنكليزي (Portal) ويعني المدخل أو الباب، والبوابة في مفهوم الإنترنت تعني موقعاً إلكترونياً يمتلئ بالبيانات والمعلومات الخاصة بموضوع معين وقد أصبح استخدام البوابات أمراً ملحاً في عالم الإنترنت لكثرة المعلومات وتنوع التفاعل بين المواقع الإلكترونية ومستخدمي الإنترنت مما يتطلب أن يتَعَرفَ الموقع على المستخدم ويزوده بالبيانات دون عناء البحث عنه[2]. هناك تعريفات عدة للبوابة وسوف تستعرض الدراسة بعضاً منها:

يقدم رومان باريسو[3] في كتابه «بوابة الإنترنت» تعريفاً للبوابة بأنها «تجميع للمعلومات والخدمات، إذ إنها تسمح بتجميع وإتاحة المعلومات على السواء مثل (الحقائق، طلبات المستفيدين، العروض المقدمة للمستفيدين... الخ) كما أنها تتيح خدمات متنوعة عن طريق نقطة إتاحة».

ويتضح من هذا التعريف أن للبوابات وظيفتين رئيستين هما: تجميع وتقديم المعلومات للمستفيدين فضلاً عن تقدميها لبعض الخدمات.

ويؤكد جان لويس بينارد[4] التعريف السابق، إذ يُعرفُ البوابة بأنها: «نقطة إتاحة فريدة للمعلومات بصرف النظر عن أشكالها وأماكنها» وتُعَرَّفُ البوابة أيضاً

«بأنها الموقع الذي يقدم الكثير من المعلومات وعدداً كبيراً من الروابط نحو عناوين مواقع الإنترنت أو صفحات المواقع ذات الصلة».

يمكن القول: أن هذا التعريف يؤكد أيضاً فكرة التعريف الأول لرومان باريسو، إذ إنه يَعُدُّ البوابة نقطة إتاحة للموقع (website) كما أنها تقدم مجموعة من المعلومات التي تهم الزائرين للموقع، فضلاً عن الروابط نحو الموقع، كما يمكن أن يلاحظ أيضاً عن طريق هذا التعريف أن بعض البوابات قد تكون متخصصة في مجال أو مجالات مختلفة، وهو ما يُعْرَفُ بالبوابات المتخصصة وسوف تتناولها الدراسة لاحقاً.

والبوابة كما يُعرِّفُها الإتحاد الدولي للإتصالات «هي مصطلح ناشئ يشير عادة إلى نقطة إنطلاق ومنفذ يتيح لمتصفحي الإنترنت مقاربة ميدان واسع من الموارد والخدمات، كالبريد الإلكتروني، وتنظيم المؤتمرات عن بُعد، والحصول على آلات البحث في الإنترنت والأسواق الإلكترونية» [5].

ويرى البعض أن البوابات أو المرافئ (portals) هي مواقع متعددة الطبقات تتسع لجملة من التطبيقات والوجهات التي تشمل محركات البحث والأدلة والفهارس وبعض الخدمات الإخبارية والإعلانية، وتُشَكِّلُ نقطة البداية للإتصال بمواقع الويب الأخرى، وقد جاء اسم البوابة من وظيفتها كباب مفتوح يدخل المرء منه إلى عالم المعلومات والفعاليات الأخرى التي توفرها الإنترنت [6].

ويركز هذا التعريف على أن البوابة موقع إلكتروني يُفَهْرِسْ العديد من المواقع الإلكترونية، ويُشَكِلْ مدخلاً للعديد من الخدمات عبر الإنترنت (محرك البحث، منتدى، البريد الالكتروني، صفحات خاصة... الخ).

وتُعَرَّفُ البوابة «بأنها عبارة عن موقع على الإنترنت يحتوي قاعدة بيانات (Database) ومحرك بحث في قاعدة المعلومات هذه، والواقع أن محرك البحث إذ يبحث عن المعلومة المطلوبة في الإنترنت يقوم بعملية البحث في الموقع الذي ينتمي

إليه وليس في أدغال الشبكة العالمية، وقد دُعيتْ هذه المواقع بالبوابات لأنها تُشَكِلْ المدخل الأساسي إلى المواقع المجهولة» [7].

وتُعَرَفُ البوابة في مجتمع المكتبيين «بأنها خدمة تسمح للمستفيدين الوصول إلى المحتويات الثرية للمكتبات سواء في صورتها المطبوعة أو الإلكترونية» [8].

والبوابات في صورتها النموذجية، عبارة عن قاعدة بيانات تشتمل على تسجيلات مُفَصّلة لما وراء البيانات (Detailed Metadata Records)، تقوم بوصف مصادر الإنترنت وتوفير الروابط الفائقة (Links) لهذه المصادر.

والمستفيد هنا يمكنه الإختيار فيما مابين البحث في قاعدة البيانات بواسطة الكلمات الدالة أو تصفح المصادر تحت رؤوس الموضوعات [9].

والبوابة هي موقع الكتروني مليء بالبيانات والمعلومات يتمتع بدرجة عالية من التنظيم، وتُشكّلُ الروابط إحدى ركائز البوابة على أنواعها الداخلية منها والخارجية تلك التي تُشكلُ نقطة عبور وواجهات لمصادر أخرى على الإنترنت[10].

وتكمن أهميتها في أنها مدخل موحد لعدد كبير من الخدمات الإلكترونية، وذلك لأن البوابة نقطة البداية أو الانطلاق بالنسبة للمستخدم نحو مواقع الإنترنت.

ومن منطلق هذه التعريفات والملاحظات التي استنتجتها من الجانب العملي توصلت الباحثة إلى التعريف الإجرائي الآتي كأساس لدراستها:

البوابات الإلكترونية هي مواقع متخصصة في الأخبار أو في المعلومات في نطاق محدد، وعادة ما تحمل صيغة مؤسسية مقارنة مع المواقع الإلكترونية متعددة الوظائف، تستخدم الوسائط التفاعلية التي لا تتوافر في الموقع الإلكتروني، وتتميز بخاصية البحث عن طريق قاعدة بيانات على الإنترنت، وتهتم بموضوعات معينة يمكن للمستخدم عن طريقها أن يحصل على معلومات تفصيلية عن الموضوعات المطلوب البحث عنها.

خصائص البوابات الإلكترونية وسماتها:

1- تتميز البوابات عن غيرها من المواقع الإلكترونية بدرجة عالية من التنظيم، إذ تتيح خدماتها المتكاملة الولوج بسهولة وسرعة إلى أهم المواضيع التي تحظى باهتمام الناس، وتحصل أغلب البوابات على تمويلها من الروابط الإعلانية التي تظهر فيها، وتقود هذه الروابط زوار البوابة إلى مواقع المعلنين أنفسهم.

2- تشبه إلى حد ما من حيث الشبه لا الوظيفة مواقع المؤسسات، مثل الجامعات والمكتبات الكبيرة والشركات الضخمة ومواقع البنوك وما إلى ذلك، هذه تُسمى بوابات معلومات العمل وهي تحمل معلومات عن عمل المؤسسات ومعلومات عن الزبائن، والأخبار وذلك من مختلف المصادر الداخلية والخارجية[11].

3- تولي اهتماماً متزايداً بالمحتوى الإخباري وتلجأ إلى الصحفيين للمساعدة في صياغة ذلك المحتوى [12].

4- تتمثل قوة البوابات الإلكترونية في أنها تقدم لزوارها معظم ما يحتاجون إليه من معلومات وخدمات عن طريق حيز تفاعلي واحد.

5- تُعَدُّ البوابات أحدى أفضل أدوات البحث على الإنترنت ووسيلة سريعة للحصول على المعلومات[13].

بعد التعَرُفْ على مفهوم البوابة والخدمات التي تقدمها وخصائصها، نستخلص عدداً من المعايير التي يجب توافرها في موقع الويب وذلك ليُسمى بـ البوابة.

أولا: التسجيل والتوثيق:

1- التسجيل والدخول إلى الموقع.

2- تطلب البوابة من المستخدمين التسجيل مرة واحدة فقط للوصول إلى موارد متعددة، وهؤلاء المستخدمون قد تكون لهم أدوار ومستويات مختلفة في الوصول إلى الموارد، ومن ثَمَّ فالميزات والضوابط قد تختلف بين المستخدمين (مثلاً المستخدمين الذين يساعدون في تقديم المضمون إلى بوابة لديها القدرة على تعديل محتوى صفحات الويب).

3- المعلومات موجهة بحسب اهتمامات المستخدم وتفضيلاته.
4- يمكن للمستخدم اختيار المواد التي يريدها وتنظيمها[14].
5- البوابة أكثر شمولية في نطاقها من الموقع.
6- إلغاء الحاجة إلى زيارة العديد من المواقع، لان المواقع ذات الصلة والموثوق بها معروضة على البوابة لاسيما في البوابات العامة.
7- تستخدم إدارة البوابة أدوات تتيح لعدة مؤلفين الإسهام في محتوى البوابة.
8- محتوى البوابة يكون ديناميكياً ومتحركاً وذلك عن طريق قواعد البيانات والتقنيات الأخرى التي تزيد من المطابقة والدقة في عمليات البحث عن المعلومات[15].

ثانيا: العمليات الشخصية:

تقدم البوابة حالياً عمليات شخصية مثلاً شراء مُنْتَج معين عن طريق نقرة واحدة لعملية الشراء والشحن في الوقت ذاته، بعكس ما تقدمه مواقع الويب إذ نرى واجهة العرض والعمليات نفسها لكل الزائرين وعادة ما تكون كل صفحة تُمَثِلُ عملية محددة.

هذا فضلاً عن انه يجب على الموقع أن يقدم عدداً من الخدمات التي ذكرت سابقاً من أحوال الطقس إلى البورصة وغيره وتوفير أدوات البحث اللازمة: محرك بحث أو دليل وذلك وفق الموضوع الذي يتناوله الموقع، ويجب أن لا ننسى الشكل فكل البوابات هي عبارة عن بويبات[*] إذ يقسم الموقع إلى نافذات (Windows) صغيرة وذلك لتقديم أكبر عدد من المعلومات وجعله واضحاً وسهل الرؤية للزائر[16].

أنواع البوابات الإلكترونية:

هناك نوعان من البوابات:

أولا: البوابات الأفقية:

هي أول نوع من البوابات وهي أشملها إذ كان في قواعد بياناتها متسع للمواقع من كل صنف بدءاً من الصناعة الثقيلة وانتهاءً بالموسيقى وقد سُميتْ بالأفقية نظراً؛ لان الفكرة التي وضِعَتْ في أساسها كانت فكرة الشمولية وتعدد الأغراض، بمعنى أن وظيفة البوابة هي الإرشاد إلى المواقع بغض النظر عن طبيعة المعلومات التي تحتويها واستخداماتها وأغراضها [17]، كما تقدم هذه البوابات مدى واسعاً من الخدمات والمحتويات لمدى واسع من المستفيدين، وليس لمجموعة معينة أو محددة من المستفيدين سواء على المستوى الجغرافي أو الموضوعي أو حتى على مستوى النشاط (Industry) ولذلك فإنها توصف بأنها أفقية أو عامة في مستواها ونطاقها وتشتمل هذه البوابات على الأقل على خمس خصائص هي توفير إمكانية البحث في الويب والمواد الإخبارية والأدوات المرجعية، وإمكانية التسوق الإلكترونية (Online Shopping) وبعض إمكانات الإتصال مثل برامج البريد الإلكتروني والمحادثة والدردشة، والحقيقة أن الصفحات الرئيسة أو الأولى (Home Page) لكثير من الشركات الكبرى العاملة في مجال تقديم خدمة الإنترنت تحقق هذا المفهوم أي تعمل كبوابة ومن أمثلة هذا النوع من البوابات ياهو (Yahoo) وأنفومين (Infomine) ودليل الهوت بوت (Hot Bot Directory) وجلاكسي (Galaxy)... الخ [18].

ثانيا: البوابات الرأسية أو العمودية (Vertical Portals):

والتي تختلف عما سبقها فيما يتصل بالجمهور المُستْهدف منها، وقد أوجدتها الحاجة للتخلص من مشكلات البحث في البوابات الأفقية، ذلك أن هذا النوع من البوابات يقدم خدماته إلى مجتمع تخصصي محدد أو نشاط معين، مع توفير روابط فائقة إلى التخصصات ذات الصلة وأحياناً إلى مواقع الموردين (Supplies) بل حتى المنافسين في هذا النشاط، وعادة ما تتوافر في هذا النوع من البوابات إمكانيات التجمع والتعاون، وتقديم خدمات التجارة الإلكترونية للمنتجات والخدمات ذات الصلة.

ومن أمثلة هذا النوع من البوابات (Social Science Information) وهي إحدى أشهر البوابات المتخصصة في العلوم الاجتماعية، و(Edu Resources Portal) التي تنصب على مجال التربية و(Engineering Resources) في مجال الهندسة إلى آخره من أمثال هذه البوابات [19].

فضلاً عن أن بعضها يختص بتوفير المحتوى الإخباري والمعلوماتي في موضوع محدد (Niche Topic) على سبيل المثال رياضة الجولف أو كرة القدم أو غيرها من المواضيع السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الرياضية، وهذه المواقع تحتاج إلى صحفيين متخصصين في مجال الموقع لتوفير المحتوى الخاص به [20].

وتُصنَّفُ البوابات إلى أنواع أخرى وفقاً لاستخداماتها وأهدافها فضلاً عن الفئات المختلفة لزبائنها أو المستفيدين منها وهذه الأنواع هي:

أولا: البوابات العامة:

البوابة العامة هي البوابة الموجهة إلى الجمهور العام، كما تساعد مستخدمي الإنترنت في البحث على شبكة الشبكات وذلك بفضل كل من الدليل ومحرك البحث الخاص بها.

والبوابة العامة ليست موجهة إلى جمهور بعينه، ولكن يمكن زيارتها من جميع فئات مستخدمي الإنترنت (رجال، نساء، شباب، باحثين، طلاب ... الخ)، وتُعَدُّ الوظيفة الرئيسة للبوابة العامة هي تجميع وتصنيف مواقع الإنترنت المختلفة بهدف جعلها متاحة لزيارتها من قبل الزائرين وذلك عن طريق البوابة العامة نفسها[21].

من أجل هذا تشتمل البوابة العامة على أدوات تسمح باختيار وتصنيف المواقع على الشبكة العنكبوتية وتقديمها للزائرين والمستفيدين عن طريق أداتين رئيستين هما (محرك البحث والدليل)[*].

وتوجد بعض البوابات العامة التي تقدم خدمات معلومات، خدمات إتصال بين المستفيدين بعضهم البعض، خدمة التجارة الإلكترونية، خدمات الإتصال

بالإنترنت.. الخ، إن البوابات العامة ليست كلها متشابهة، إذ يمكننا التمييز بين ثلاثة فئات من البوابات العامة هي[22]:

1- بوابة عامة بمفهومها العام، مثال على ذلك بوابة (Yahoo).

2- بوابة عامة وظيفتها الرئيسة هي تقديم محرك بحث أو دليل؛ مثال على ذلك بوابتي (Google) و(AltaVista).

3- بوابة عامة نشاطها الرئيس هو تقديم خدمة الإتصال بالإنترنت، مثال على ذلك (Aol) و(Wanadoo).

ثانيا: البوابات المتخصصة/الفئوية:

وهي بوابة تمتلك خصائص البوابة العامة نفسها إلا أنها تُرَكِّزُ على موضوع بذاته، ويمكن أن نُميزْ بن ثلاث فئات مختلفة من البوابات المتخصصة/ الفئوية.

1- البوابة المتخصصة للجمهور العام: وهي بوابة يُقْصَدُ بها الجمهور العام إلا أنها تقدم معلومات وخدمات لجميع فئات الجمهور العام وليس إلى جمهور محدد بذاته، تعد البوابات المتخصصة للجمهور العام من نوع (B2C) أو (B two C) بمعنى تجارية نحو المستهلك من هذا النحو تقدم البوابة المتخصصة نوعاً من الخدمات وهو ما يُعرَفُ باسم الشراء على الخط المباشر والتي تُعَرَفُ باسم التجارة الإلكترونية (E-commerce)، والتي تُعَدُ أيضاً فضلاً عن الإعلانات مصدراً رئيساً للدخل المادي للبوابات المتخصصة على غرار البوابات العامة.

2- البوابة المتخصصة/ الفئوية: وهي بوابة تُرَكِّزُ على موضوع بذاته، كما أنها تقدم أيضاً معلومات وخدمات للمستفيدين إلا إنها موجهة إلى فئة معينة من الأفراد، مثال على ذلك موقع متخصص في بيع لعب الأطفال، ومن الملاحظ أيضاً أن الإعلانات تعد المصدر الأساس للدخل المادي لهذه الفئة من البوابات أيضاً.

3- البوابة الفئوية/المتخصصة: وفي هذه الفئة من فئات البوابات المتخصصة/ الفئوية تم تقديم مصطلح (فئوية) على مصطلح (متخصصة) وذلك لان هذه الفئة من

البوابات تهتم أولاً بنوع معين من الأفراد وفي الوقت نفسه تنصب على مجال معين قد يكون عريضاً في بعض الأحيان، مثال على ذلك بوابات المكتبات الجامعية والتي توجه إلى المجتمع الجامعي (طلاب، أعضاء هيئة تدريس، باحثين)[23].

ثالثا: بوابات المؤسسات:

وهي مدخل لموقع المؤسسة، وربما تكون البوابة بسيطة أو متطورة، كما أنه يوجد ثلاثة فئات من بوابات المؤسسات:

- الفئة الأولى: وهي عبارة عن موقع خاص بالمؤسسة ولكنه لا يقدم خدمات على الإطلاق، لذا فإن استخدام مصطلح بوابة لهذا النوع من المواقع غير ملائم.
- الفئة الثانية: وهي عبارة عن موقع يقدم معلومات وخدمات عن طريق بوابته، فضلاً عن انه يُسِهمُ في التفاعل بين مستخدمي الإنترنت والمؤسسة.
- الفئة الثالثة: وهي تُعْرَفْ باسم الإنترانت[*] أو الإكسترانت[**] والذي يُعَدُّ مركزاً حقيقياً للمعلومات والخدمات بين موظفي وموردي وعملاء المؤسسة[24].

رابعا: بوابات البوابات:

يمكن تقسيم بوابات البوابات إلى ثلاث فئات هي[25]:

- الفئة الأولى: تهدف إلى إنشاء دليل يشتمل على البوابات العامة، مثال على ذلك الموقع الخاص بـ(Abundance) هذا الموقع يقدم دليلاً مشتملاً على بوابات محركات البحث على الإنترنت مثل/ ((Lycos) (Yahoo) (Viola))، كما يقدم أسبوعياً بطريقة منتظمة جميع المعلومات الحديثة عن بوابات محركات البحث ومدى تطورها عن طريق قوائم المناقشة الخاصة بهذا الموقع، كما تقدم بوابة هذا الموقع خدمات أخرى مثل جماعات المناقشة (Chats) والعروض التجارية وغيرها من الخدمات.
- الفئة الثانية: تهدف إلى تقديم دليل يتم إنشاؤه وفقاً لفئات وموضوعات مختلفة

مرتبة هجائياً داخل الدليل وهو ما يُعْرَفُ باسم بوابة البوابات (B2B) مثال على هذه الفئة من البوابات بوابة موقع (B2B) والذي يقدم دليلاً مرتباً هجائياً بفئات وموضوعات مختلفة مثل الإلكترونيات، الحاسبات الآلية، التعليم، المال والاقتصاد، الصحة ... الخ، فضلاً عن ذلك فإنه يقدم للمستفيدين والزائرين خدمات أخرى مثل الشراء على الإنترنت والعروض التجارية وغيرها من الخدمات.

- الفئة الثالثة: تهدف إلى تقديم دليل أو قاعدة بيانات تشتمل على البوابات الفئوية/ المتخصصة وعلى سبيل المثال موقع (http://ame.ismael.free.fr/protail.htm) ويهدف هذا الموقع إلى إنشاء قاعدة بيانات تضم جميع بوابات المكتبات الجامعية الفرنسية على الإنترنت وتقديمها إلى مجتمع الجامعة (طلاب، أعضاء هيئة التدريس، باحثين، موظفين) وذلك لتُسَهِلَ الإتاحة إلى تلك المكتبات وفقاً لمعايير مثل اسم الجامعة واسم الشهرة وعنوان المكتبة الجامعية على الإنترنت، وكذلك المدينة التي تقع فيها الجامعة، وتشمل قاعدة البيانات 85 مكتبة جامعية فرنسية تم تصنيفها وفقاً لـ 55 مدينة فرنسية مرتبة هجائياً.

خامسا: البوابات الشخصية:

تُعَرَفُ البوابات الشخصية بأنها البوابة التي تسمح لمستخدمي الإنترنت بالوصول إلى معلومات وخدمات شخصية، مثال على ذلك يقدم (Yahoo) إلى مستخدميه المسجلين لديه إمكانية إنشاء بوابة شخصية تشتمل على واجهة خاصة بكل مستفيد مشترك ويمتلك بريداً إلكترونياً على موقع ياهو وذلك عن طريق إيقونة (My Yahoo) التي توجد على بوابة الموقع(*).

سادسا: البوابات الفنية:

ويقدم هذا النوع من البوابات الأدوات الفنية المساعدة التي تسمح للمستفيد بإنشاء البوابات، مثال على ذلك بوابة (IBM Web Sphere Portal) والتي تسمح

للشركات بإنشاء بوابات المواقع الخاصة بها وفقاً لإحتياجاتها واحتياجات العاملين بالشركة وكذلك تبعاً لاحتياجات كُلاً من شركائهم وعملائهم[26].

البوابات الإلكترونية الإعلامية الشاملة:

تُشكِّلْ الصحافة الإلكترونية أحد أهم الأنماط الإعلامية والإتصالية التي أفرزتها الإنترنت، كما تشهد الصحافة الإلكترونية تحولات عديدة جعلت منها ظاهرة متغيرة تتفاعل مع التطورات التقنية والثقافية التي تعْرِفُها الإنترنت، فالإنترنت التي اكتسحت كل الفضاءات تُشكِلُ تحدياً حقيقياً للصحافة، ويتجلى ذلك في طبيعة الشبكات الجديدة للإتصال التي تُغيرُ بعمق في طرائق البحث عن الأخبار وإنتاجها وتوزيعها [27].

فقد حصل تغيير في مفهوم الصحافة الإلكترونية، وتطورت هذه الصحف من كونها نسخاً كربونية من الصحف المطبوعة إلى ظهورها كبوابات إعلامية وإخبارية وترفيهية ذات شخصية مستقلة [28]، وتحولت الصحافة الإلكترونية إلى بوابات إعلامية تقدم خدمات شاملة مهيأة للتنافس في البيئة الإلكترونية[29]، فيبدو أن الأهمية المتزايدة للصحافة الإلكترونية شجعت على ظهور اتجاه ثانٍ من هذه الصحف يتمثل بمواقع إخبارية إلكترونية تتخذ مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضامين والتسمية ولكن تخضع للنمط الإلكتروني في التبويب وعرض الموضوعات وأسلوب التحرير، وهي صحف إلكترونية محضة لا علاقة لها بأية صحيفة ورقية، وقد نشأت في بيئة الإنترنت أو ما يُسمى بـ(الفضاء التفاعلي) (Interactive Space) وحققت نجاحاً كبيراً حتى أن نجاحها شجع بعضاً منها على الخوض في عالم النشر التقليدي الورقي، فيما يسمى بـ (الهجرة المعاكسة) مثل مجلة (Wird) المختصة بالتقنيات والتي بدأت إلكترونية محضة ثم أصدرت بعد ذلك طبعة ورقية [30].

ويعمل هذا النمط من الصحف الإلكترونية على شكل بوابات شاملة (Portals) تقدم خدماتها من الأخبار على مدار الساعة بالاعتماد على وكالات الأنباء أو

شبكة المراسلين، كما أنها تنشر في كل عدد يومي من أعدادها مقالات مختلفة مكتوبة خصيصاً للصحيفة أو مشتراة من صحف ومجلات أخرى [31].

فمثلاً موقع صحيفة النيويورك تايمز (New York Times) على الإنترنت يقدم خدمات لا توفرها أو لا تستطيع أن توفرها النسخة الورقية من الصحيفة مثل دليل الطقس وأسعار العملات والأسهم وحجوزات الفنادق والطيران والسوق الإلكترونية للتبضع والشراء ومقارنة أسعار الحاجيات، وأدى نجاح تجربة النيويورك تايمز (New York Times) إلى إطلاقها لموقع شقيق أسمه نيويورك اليوم (New York Today) وهذا أشبه بدليل لعالم مدينة نيويورك يقدم كل ما يحتاجه الزائر أو المقيم في المدينة من معلومات بداءً من دليل الهاتف وعناوين وأسعار العملات والأسهم وحالة الطقس وساحات الحوار وغير ذلك مما يُميز الإنترنت عن غيرها من الوسائل الإعلامية[32].

وهذا النوع لا يتضمن أسم رئيس التحرير في أغلب الأحيان، ولا مرجعية الصحيفة أو هويتها.

غالباً ما تتضمن الصفحة الأولى التي تكون بحجم شاشة الحاسوب فضلاً عن الترويسة عموداً إلى اليمين في الصحف العربية وإلى اليسار، باللغات الأجنبية يضم الزوايا المختلفة في العدد مثل: الأخبار، العالم، الوطن العربي، علوم، صحة وطب، مقالات، تحقيقات ... الخ، كما يتضمن وسط الصفحة موضوعاً مميزاً حظي بهذا الموقع في ذلك اليوم، إما يسار الصفحة أو يمينها، فهناك محاورات مع المستخدم مثل دعوته إلى تسجيل موقعه، وأبرز الموضوعات المقروءة في العدد السابق أو أعمدة إعلامية ...الخ.

وبتحريك سهم (الماوس) على أي عنوان للزوايا تظهر في أثناء ثوان الصفحة الأولى من تلك الزاوية ثم يجري اختبار الموضوع المعني الذي يظهر في أثناء ثوان مفصلاً أيضاً مع صورة أو بدونها وما يمكن ملاحظته في هذه البوابات أنها غير

محددة بحجم أو نهايات واضحة وان تصفحها يستغرق زمناً طويلاً لسعة موضوعاتها، علماً أن مقالاتها تُكَدّس على مدى أيام عدة وكذلك تغطي الموضوعات الثابتة، في حين تتغير الأخبار على مدار اليوم.

ويتضمن أي من إعداد هذه البوابات صوراً ثابتة ومتحركة على طريقة الإعلانات المتحركة وليس على وفق نظام الفيديو الذي مازال معقد تقنياً[33].

وفي هذا الصدد نجد أن كثيراً من الصحف قامت ببناء مواقع تحتوي على خدمات متنوعة تم صرف مبالغ كبيرة عليها، الهدف من ذلك هو أنها تسعى إلى أن تكون المصدر الرئيس الذي يتجه إليه مستخدم الإنترنت عند دخوله الشبكة، كما أن مواقع بعض الصحف تحولت إلى مواقع بوابات (Portals) إقليمية على غرار «ياهو» و«إكسايت» بل تفوقت على تلك المواقع الشهيرة بكونها أكثر سهولة وفاعلية بالنسبة للمستخدم المحلي، فعلى سبيل المثال عند قيام ذلك المستخدم بالبحث عن معلومات عن الدوري الكروي في مدينته فإن بإمكانه الوصول إلى تلك المعلومة بسهولة عن طريق مواقع تلك الصحف المحلية في حين من الصعب أو حتى من غير الممكن توافر معلومات من ذلك النوع على دليل أو محرك بحث مثل «ياهو» أو «اكسايت» [34].

ويلاحظ[*] أن الصحف الأجنبية التي تصدر باللغات الأجنبية (الإنكليزية، الفرنسية) على سبيل المثال، تحولت إلى فضاء للقاء الرمزي بين الصحفيين، مسؤولي الصحيفة والقراء، يتبادلون فيه الآراء والأفكار والمعلومات والمشاعر، فضلاً عن الإفادة من جملة من الخدمات التي تقدمها البوابة: محركات بحث داخل الصحيفة وخارجها (أي للبحث عن مواقع إلكترونية أخرى خارج الصحيفة) حجز تذكرة السفر، متابعة محاضرة مسجلة بالصوت والصورة، العثور على وثائق ومذكرات وغيرها.

نشأة وتطور البوابات:

لقد تطورت فكرة البوابات مع تطوير مستعرض نيتسكب في العام 1994 عندما أنشأ (ديفيد فيلو وجيري يانغ) دليلاً لمواقع الإنترنت المفضلة لديهما بحسب الموضوعات، ودُعيَ ذلك في أول الأمر دليل «جيري يانغ» لشبكة الويب العالمية مؤسساً النواة لموقع ياهو (Yahoo) كأول بوابة على الإنترنت، ويوفر ياهو كبوابة ضخمة، خدمات عامة كثيرة مثل البريد الإلكتروني والمجموعات البريدية والدردشة والتغطيات الإخبارية والتسوق والإستضافة بجانب خدمات محرك البحث وقوائم المعلومات ودليل المواقع[35].

يعتقد البعض أن مصطلح البوابات الإلكترونية (Portals) مصطلح حديث نسبياً، ولكن الحقيقة أن ظهور هذا المصطلح تزامن مع البدايات الأولى لظهور علم الحاسب الآلي، وكانت البوابات بدائية في طرق تصميمها ومحتوياتها، وتختلف كثيراً عما هو متعارف عليه اليوم[36].

في أواخر التسعينيات بدأ انتشار البوابات الإلكترونية، وعملت العديد من الشركات والمؤسسات الكبيرة على بناء بوابة خاصة بها لتكون نقطة انطلاق إلى سوق الإنترنت العريض ثم تنوعت البوابات وتفرع بعضها مثلما حدث لياهو الذي أصبح لديه بوابات إقليمية فهناك ياهو فرنسي وآخر ألماني، وتحتوي بعض البوابات الإلكترونية الإقليمية على معلومات محلية مثل حالة الطقس وخرائط مدن وشوارع، ومعلومات اقتصادية محلية بجانب الأخبار [37].

أُستُثمِرَت العديد من محركات البحث ومواقع الويب لتتحول إلى بوابات الكترونية مثل أم أس أن (MSN) وليكوس (Lycos) والتافيستا (Altavista) ثم تحولت بعد ذلك إلى جزء من بوابة كبيرة تقدم العديد من الخدمات فضلاً عن خدمة البحث عن المعلومات[38]، من البوابات الإلكترونية كانت تنمو بسرعة، وأسرع مالكو هذه البوابات لاستثمار شركات أخرى لتوسيع مجالات خدماتهم، رغبة منهم في جذب المستخدمين وإطالة مدة بقائهم في تصفح بوابتهم[39].

تأسيساً على ذلك يلاحظ أن البوابات الإلكترونية لم تولد مكتملة البناء، بل تنمو وتتطور وفق التطور التكنولوجي وحسب السوق وما تفرضه المنافسة، فتبدأ كمحركات بحث ثم تتوسع في الوظائف.

ومن ملامح تطور البوابات هناك بوابات تمثل مداخل أساسية لبلادها فقد ظهرت بوابات من بلد مثل الهند (htph//:in.rediff.com/index.tml) والصين (http//:www.sina.com) مثل هذه البوابات تمد اليد إلى الشتات الواسع الانتشار لأهل تلك البلاد في أنحاء العالم كافة.

في نهاية التسعينات أيضاً أقامت العديد من الحكومات بوابات لمواطنيها ففي الولايات المتحدة، توجد البوابة الرئيسة (http://www.first.gov) وفي المملكة المتحدة توجد بوابة الإنترنت الرئيسة على (http://www.bussinesslink.gov) للأعمال التجارية، كذلك توجد بوابات عربية ولكنها تميل إلى القيام بدور مايطلق عليه الحكومة الإلكترونية(*) أي تقديم الخدمات الحكومية عبر الإنترنت، وأنموذج لها بوابة الحكومة المصرية (http://www.egypt.gov.eg) وبوابة دبي الإلكترونية (http://www.dubia.ae) وهي تقوم أيضاً بدور تسهيل الخدمات الحكومية مثل دفع فواتير الخدمات الأساسية مثل الكهرباء والمياه وإجراء المعاملات المختلفة بين المواطنين والأجهزة الحكومية، كما توجد بعض البوابات العامة التي تقدم خدمات مختلفة ولا تتبعْ لأجهزة حكومية ولعل أهمها عربياً موقع البوابة (http//:www.albawaba.com) بموقعين موجهين إلى المنطقة العربية هما البوابة ومينا ريبوت، وتقدم البوابة خدماتها باللغتين الإنكليزية والعربية (سنتاولها في الفصل القادم)، كذلك توجد بوابة عجيب التي تعمل كواجهة لشركة صخر لبرامج الكمبيوتر (http//:www.ajeeb.com) وبوابة مكتوب (http//:www.maktoob.com) التي توفر نطاقاً خاصاً للبريد العربي(40).

أما بوابة (أم أس أن أرابيا) http://www.arabic.arabiamsn.com، فهي أول بوابة عالمية على الإنترنت في الوطن العربي، ويقع مركز تشغيل شبكة (MSN)

الإقليمي في مدينة (دبي) للإنترنت و(القاهرة) ويتم إدارتها عن طريق شركتي (لبنك دوت نت ومايكروسوفت) [41].

البوابات والمواقع الإلكترونية:

لعل من المهم الإشارة إلى الفروقات بين البوابات الإلكترونية والمواقع الإلكترونية بعد أن اتجهت العديد من المواقع إلى توسيع خدماتها إلى ما يشابه البوابات الإلكترونية، ويُمكِنُ حصر هذه الفروقات فيما يلي:

1- توفر البوابات إمكانية وصول الأفراد إلى تخصيص المحتوى على أساس مصالحهم واهتماماتهم، في حين أن معظم المواقع توفر المضمون والعرض المفتوح والمشترك لجميع المستخدمين.

2- البوابات تسمح للمستخدمين بالتسجيل وذلك لمرة واحدة للوصول إلى الموارد المتعددة التي تتطلب أسماً وكلمة سر مثلاً (التسجيل)، وتتقاسم معلومات التسجيل هذه مع هذه النظم (المواقع المتعددة) وذلك للسماح على تسجيل دخول واحد، بينما تتطلب المواقع على الشبكة العالمية التسجيل للدخول إلى كل موقع وذلك بهدف الوصول إلى تأمين المصادر المطلوبة.

3- البوابات غالباً ما تتكون من بيئات تقنية معقدة (عدة خوادم، ونظم مختلفة) وذلك لتقديم الكم الهائل من المعلومات والمضمون الشامل فيها، في حين ان المواقع على الإنترنت تؤمن محتواها في كثير من الأحيان عن طريق كومبيوتر واحد، وبدون تكامل النُظُم الحاسوبية الخارجية.

4- تعرض البوابات المحتوى بشكل ديناميكي عن طريق توليد المعلومات للمستخدم عند الطلب، في حين أن المواقع على الإنترنت غالباً ما تكون جامدة، ويتم تحديث صفحه المعلومات بشكل يدوي من قبل مدير الموقع[42].

5- البوابات غالباً ما تحتوي على محركات البحث المتقدمة التي يمكن أن تبحث

وتقوم بعملية تكشيف للمعلومات من عدد كبير من المواقع، في حين أن المواقع على الإنترنت تستخدم محركات البحث التي تبحث في المعلومات الواردة والخاصة بالموقع فقط.

6- تقوم البوابات بدمج المعلومات من مواقع عدة على الشبكة العالمية دون الحاجة إلى النقر على الروابط على صفحات الويب للوصول إلى المحتوى، في حين أن معظم المواقع على الإنترنت تقدم وصلات لنكون قادرين على رؤية المحتوى على الصفحات الأخرى.

7- البوابات تقدم خدمات تفاعلية فضلاً عن ما هو موجود فيها من معلومات، أما المواقع فإنها تقدم معلومات، وإن كان الاتجاه الحالي لعدد من المواقع تقديم العديد من الخدمات[43]، وعن طريق متابعة وملاحظة[*] بعض المواقع الإخبارية على سبيل المثال موقع الجزيرة نت (Aljazeera.net) وموقع العربية نت (Alarabiya.net) يُلاحظ أن الخدمات التي تقدمها متشابهة من حيث البحث في الموقع وفي صفحات تابعة للموقع نفسه أو البحث في الإنترنت وتقديم الأخبار المفصلة وإتباع تكنولوجيا البوبيات لوضع أكبر عدد من الخدمات والأخبار ظاهرة في الصفحة الرئيسة ولكن هذه المواقع لا تتضمن خدمة البريد الإلكتروني والمحادثة أو وجود المنتديات في الموقع، فضلاً عن عدم وجود العمليات الشخصية أو إمكانية تغيير أو تعديل المحتوى حسب اهتمامات القارئ، ويمكن القول: إن هذا النوع من المواقع له خاصية محددة، فهو مابين الموقع والبوابة.

البوابات الإلكترونية والصحافة الإلكترونية[*]:

إذا تحدثنا عن الصحافة الإلكترونية على الإنترنت سنجد أنها تُعْرَض في أشكال وأنواع مختلفة. فقد يتم إصدار موقع خاص من أجل صحيفة ويُطلقُ عليه موقع لجريدة، وقد تكون الصحيفة الإلكترونية مجرد جزء من الموقع ونطلق عليه

هنا مصطلح بوابة، والبوابات قد تكون إخبارية أو متنوعة، فمواقع البوابات تشير دائماً إلى شيء واسع يسع العديد من العناصر وليس عنصراً واحداً فقط، ومن ثمَّ فقد نجد داخل البوابات جزءاً خاصاً بالإيميل، وجزءاً آخر بالدردشة، وجزءاً ثالثاً بالبحث، وجزءاً رابعاً بالأخبار، وخامس بالترفيه وسادساً بالتوظيف وهكذا.. إلى آخره، وهنا الصحافة الإلكترونية تكون مجرد جزء من أجزاء داخل أية بوابة.. بينما تكون مستقلة بذاتها عند وجودها في موقع خاص بصحيفة معينة، إلا ان وظيفة الصحافة الإلكترونية ودورها وخصائصها ستظل واحدة في الحالتين لان الوسيط الالكتروني واحد هنا.

إلا أن الاختلاف بين الحالتين قد يظهر في طبيعة عرض المادة الخبرية نفسها، ففي البوابات غالباً ما يتم الاهتمام بعرض الأخبار الدولية وعند عرض الأخبار يتم تصنيفها بالدولة وبالضغط على الدولة يأتي بأخبارها، بينما في المواقع الصحفية يتم الاهتمام بجمهور محدد سواء محلياً أو دولياً أو يكون اهتمام الصحيفة بنوع معين من الأخبار مثل الأخبار الرياضية أو الثقافية أو غيرها.

ولا شك أن توجه الصحف لتوسيع مواقعها إلى بوابات إلكترونية هو بفعل قناعات واضحة بالدور الذي تلعبه البوابة في رفع مستوى تفاعلية المستخدمين ومن ثمَّ القدرة على التأثير فيهم.

البوابات الإلكترونية العربية:

بدأ الناشرون العرب اعتماد بناء مواقع متميزة أقرب ما تكون إلى البوابات الإلكترونية الإعلامية الشاملة وتتمثل قوة البوابات الشاملة في إنها تقدم لزوارها معظم ما يحتاجون إليه من معلومات وخدمات عن طريق حيز تفاعلي واحد وهو أحد أهم خصائص البوابات التي سبق الحديث عنها، من هذه البوابات الإعلامية من ينفرد بتقديم خدمة إعلامية توفر أخباراً وتحقيقات ونصوصاً صحفية جارية وراجعة مجهزة ضمن تصنيفات وجُغرافية استرجاع متطورة تتلاءم مع خصائص

اللغة العربية وقادرة على تجاوز عدد كبير من المشكلات الخاصة بالاسترجاع الحر من النصوص العربية الإعلامية.

وفي الوقت الذي يتأخر فيه الناشرون الصحفيون العرب في تطوير المواقع الخاصة بصحفهم الإلكترونية والتحول إلى إصدار صحف الكترونية فعلية يزداد عدد البوابات الشاملة في الوطن العربي بدءاً من أربيا أون لاين ومروراً بنسيج وبلانيت أرابيا والبوابة وعجيب وبوابات أخرى قيد الإطلاق(44).

وما يميز البوابات الشاملة أن خدماتها لا تنحصر في تقديم آخر الأنباء السياسية وعلى مدار الساعة، بل أنها تقدم أيضاً معلومات اقتصادية ومحركات بحث ومنتديات نقاش ساخنة، كما تعنى بأخبار الرياضة والفن والأدب وتقدم شرائط موسيقية ومنصات لإرسال الرسائل القصيرة للهواتف الخلوية، وأقساماً للتسوق الإلكتروني لشراء الكتب والأسطوانات وإلى غير ذلك من الخدمات مع تزايد أهمية البوابات الإلكترونية في نقل المعلومات والأخبار ومنافستها لوسائل الإعلام التقليدية (45).

وتحرص بعض البوابات على التعاقد مع كُبريات الصحف والمجلات العربية والأجنبية لشراء مقالات ومواضيع لإعادة نشرها فضلاً عن اعتمادها على وكالات الأنباء المعروفة، وشبكة المراسلين الخاصة بها، لذلك سيكون التنافس على المستخدمين في المستقبل بين هذه البوابات ومواقع الصحف الإلكترونية العربية كبيراً(46).

وشهدت السنوات الأخيرة نمواً متزايداً في عدد المواقع العربية على الإنترنت وبخاصة (البوابات الإلكترونية الإعلامية الشاملة) (Portals) والتي تعمل على أسس تجارية، إذ أشارت التوقعات إلى أن حجم الإست ثمار في هذه البوابات وصل في نهاية العام 2001 إلى أكثر من مائة مليون دولار على أقل تقدير (47).

المبحث الثاني

الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية

وظائف الإتصال والإعلام:

إن الإعلام بما يشهده اليوم من مظاهر الاهتمام العالية عن طريق تحديث أشكاله وتطوير أساليبه، أصبح متمكناً من أداء دوره وتحقيق أهدافه ووظائفه بتفوق، وهذا أمر يعكس مدى فاعلية هذه الوسائل إزاء تزايد حاجة الجمهور لهذه الوظائف، وكذلك الإحساس المطلق من قبل الجمهور، بعدم إمكانية الاستغناء عنها لأنها تمده بشتى ألوان المعارف والمهارات وتُشبعُ حاجاته المعرفية والتعليمية في شتى المجالات والشؤون العامة [48]، وتُعَدُّ مرحلة التسعينيات مفصلاً مهماً في تأريخ الإعلام بشكل عام، وعلى صعيد التطور التقني لوسائل الإعلام عامة والصحافة خاصة، لدخول الحاسب الآلي في معظم المؤسسات الصحفية وسرعة الحصول على المعلومات. وبفضل الأقمار الصناعية المتطورة أنشئ مركز لنسخ الرسائل الإخبارية مباشرة لكي تصل إلى أطراف العالم الأخرى في أثناء دقائق[49].

لقد شهدت العقود الأخيرة من القرن الماضي تغيرات نوعية في مجالات الإعلام كافة، انعكست على وظائفه ودوره ومن ثَمَّ على تأثيراته في المجتمعات، أما سبب ذلك فيعود إلى ثورة التكنولوجيات الحديثة التي اجتاحت العالم والتي كان لها الأثر الواضح في تفعيل دور وسائل الإعلام والإتصال على اختلافها، حتى بات يُحْكي عن «طفرة» تكنولوجيا الإعلام والإتصال في البنى التحتية كما في المضامين وما يُطلَقُ عليه أيضاً عصر المعلومات [50].

كما أن انتشار وسائل الإعلام على هذا النحو الواسع كان عاملاً رئيساً دفع الباحثين إلى استجلاء الوظائف التي تقوم بها تلك الوسائل والأهداف التي تحققها، ويرجع الاهتمام بتحديد هذه الوظائف على أسس علمية إلى الأربعينيات من القرن الماضي[51].

ويلاحظ المتابع للدراسات الإعلامية[52] أنه لا يوجد بعد أتفاق أساسي حول وظائف الإعلام في المجتمع، لكن يمكننا فهم دور وسائل الإعلام عن طريق تحديد عدد من الوظائف الأساسية التي تُمَثِلُ العملية الإتصالية:

1- الإعلام أو الإخبار:

ويعني جمع الأخبار وتخزينها، ومعالجتها ونشرها، وكذلك بالنسبة إلى البيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن عن طريقه إتخاذ القرارات السليمة[53].

2- التنشئة الإجتماعية:

من المهم الإشارة إلى الدور الإعلامي في عملية التنشئة الاجتماعية وتشكيل الوعي الاجتماعي والذي يوفر رصيداً مشتركاً من المعارف تُمَكِّنَ الأفراد من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها [54].

3- خلق الدوافع:

وتعني الاختيارات الشخصية والتطلعات ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات بهدف الانصباب الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة.

4- الحوار والنقاش:

وهو العمل على توفير الحقائق اللازمة وتبادلها لتسيير الاتفاق أو توضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة الشعبية على نحو أفضل، بالنسبة لكل الأمور التي تهم الجميع محلياً وقومياً ودولياً[55].

5- نشر المعرفة:

هو نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي وتكوين الشخصية واكتساب المهارات والقدرات في مراحل العمل كافة.

6- التثقيف:

هو نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث، والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدراته على الإبداع.

7- الترفيه والتسلية:

وهو نشر وإذاعة، الفن والآداب والموسيقى والمسرحيات والرياضة والألعاب عن طريق العلامات والرموز والأصوات بهدف الترفيه والإمتاع على الصعيدين الشخصي والجماعي [56].

8- التكامل:

أما التكامل فهو ما يوفر للأفراد والمجموعات والأمم، التنوع اللغوي وحاجات التفاهم، والتعارف إلى تطلعات الآخرين وثقافاتهم.

وهذا ما يشير إلى أن وظائف الإعلام، نقل الأفكار والمعلومات وتوصيلها بالشكل المناسب عن طريق الوسيلة المناسبة، كي يتحقق عن طريقها السلوك المأمول من الجمهور[57]، ومن ثم يعني أن غاية كبيرة من الإعلام تكمن في توسيع مدارك الجمهور عن طريق تزويدهم بالمعارف والمعلومات وإقناعهم أن يسلكوا سلوكاً معيناً، ما يؤكد أن وظيفة وسائل الإعلام في تعديل سلوك جمهورها لها مدى طويل، كما أنها دقيقة وخفية ومتراكمة، فضلاً عن ذلك فإن وسائل الإعلام متشابكة ومتداخلة مع جميع الأشكال الأخرى للإتصال في مجتمعنا إلى درجة ان تأثيراتها لا يمكن فصلها عن بعضها وفحصها[58].

إن هذه الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام قد أخذت في التعاظم في ظل التغيرات الواسعة التي أخذت تكتنف محيط الحياة العصرية من تطورات تكنولوجية هائلة وتقنيات إعلامية حديثة [59]، لاسيما البوابات الإلكترونية التي قد تقوم بدور الإعلام أو الإخبار والتثقيف والتسلية أي الترفية، فضلاً عن قيامها بالوظيفة

الخدماتية، أي تقديم مجموعة من الخدمات المتنوعة فضلاً عن الوظائف المذكورة ومن أهمها:

1- المعلومات التي تقدم في الوقت ذاته لحظة بلحظة مثل (البورصة، النشرة الجوية....).

2- خدمات عامة مثل (جماعات الاهتمامات المشتركة، قوائم المناقشات حول موضوع معين، التجارة الإلكترونية وغيرها.

3- خدمات شخصية مثل (خدمة البريد الإلكتروني، إتاحة بعض الخدمات للمستخدم عن طريق كلمة سر خاصة به، السماح للمستخدم بتخصيص منطقة خاصة به على الإنترنت مثال على ذلك (My Yahoo) عن طريق بوابة (Yahoo) وكذلك (My Aol) عن طريق بوابة (Aol) واللذين يسمحان بتخصيص بوابة شخصية لكل مستخدم والتي سبق الإشارة إليها.

4- بعض البوابات العامة تسمح للمستخدمين بإنشاء مواقع شخصية وكذلك نشرها عن طريق الخادم (Server) الخاص بها، مثال على ذلك بوابة موقع Free في فرنسا [60].

لذا تُعَدُّ وسائل الإعلام عاملا أساسياً في نشر الأفكار العصرية وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بالتقدم العلمي والتكنولوجي[61]، بعد أن أصبح الإعلام اليوم من المعطيات المدنية واتخذ في هذا العصر تبعاً للإنجازات التكنولوجية أشكالاً خاصة غيرت من نوعية العلاقات البشرية من غير أن تُبدِلَ في طبيعتها، وجعلت منه أحد أدق وسائل التأثير في الجمهور، وفي موازنته وسائل الإتصال الحديثة، بحيث بات يُشَكِلَ مجموعة هائلة من الوقائع والأحداث والمعطيات التي تُمَثِلُ حقل التوظيف بمعناه الواسع.. إنه المهنة الضرورية في نجاح مختلف الوظائف والمهن الأخرى[62].

مفهوم الوظيفة الإخبارية:

وقد أشارت الدكتورة فريال مهنا إلى أن علماء الإعلام والاجتماع في الغرب[63] يجمعون على أن الوظيفة الإخبارية تحتل موقعاً مركزياً في النشاط الإعلامي لأي مجتمع. إذ ذكرت :أن هارولد لاسويل (harlod Laswell) يُسَمي الوظيفة الإخبارية وظيفة رصد المحيط الذي تضطلع به مجموعة تتحدى سياسة الدولة.

ويضيف جان ستوتيسل (Jeanstoetzel)، واصفاً الوظيفة الإخبارية بأنها وظيفة مركزية تتيح للإعلام الإتصال داخل المجتمع عن طريقها، بالتناغم مع مؤسسات عديدة أخرى عبر نشر المعلومات.

ويرى مالكوم ويلي (Malcoum Welly)، أن أحد أهم وظائف الإعلام هي تزويد المتلقي بالأخبار والمعلومات الخام، أما فرنسيس بال (Fransis Ball)، فيقول أن المعلومات التي يبثها الإعلام الجماهيري تزود المجتمع بوسائل تجعله قادراً على اكتشاف ذاته، وتوفر إمكانية أن يغير الإنسان نفسه بنفسه وان يغير المجتمع نفسه بنفسه.

والأهم من ذلك هو ما يشير إليه (بال) من أن الوظيفة الإخبارية تجعل الخيارات المتعلقة بالمصير الجماعي أكثر وضوحاً وتجعل الحلول للوصول إلى هذه الخيارات أكثر فعالية وأقل غموضاً.

ونجد الوظيفة التي يصنفها تشارلز رايت (Charies Wright)، بأنها وظيفة الرصد، والإخبار والإتصال الجماهيري، القائمة على اختيار المعلومات المحلية والوطنية والدولية وصياغتها ونشرها.

أما دينيس ماكويل (Denis McQuail) فقد عَرَّفَ الوظيفة الإخبارية بأنها الإعلام أو الإخبار، يعني نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها، وتسهيل عملية التحديث والتقويم عن طريق التعرف على المُسْتحَدَثات في التجارب الأخرى.

عَلَىَ مستوى الدراسات العربية هناك من يُعرِّفُ الوظيفة الإخبارية بأنها تعني قيام وسائل الإعلام الجماهيرية بنقل الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، وذلك لتلبية حاجة الإنسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به ومعرفة الحوادث الجارية من حوله، ويكاد المضمون الإخباري يشكل النسبة الرئيسة السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية لكي تحظى باحترام الجمهور[64].

وهكذا، فإن الوظيفة الإخبارية تُشَكِل قاعدة أساسية لا غنى عنها تؤهل الإعلام الجماهيري لتأدية وظائفه الأخرى انطلاقاً من المعلومات التي يتيح تعميمها ويضمن انتشارها في المجتمع، ويركز على معطياتها ليمارس عمليات التأثير والإقناع[65].

أصبحت الوظيفة الإخبارية اليوم أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في كل الأنظمة الإعلامية على اختلاف فلسفاتها، ولقد أصبح الإنسان أكثر من أي وقت مضى شديد الاهتمام بما يدور ويجري حوله، فالأخبار اليوم تنطوي على كثير من الحقائق التي تؤثر في حياتنا ونبني عليها القرارات [66].

ويؤكد الدكتور محمد معوض: إن الوظيفة الإخبارية هي التي تستطيع وسائل الإعلام أن تؤديها مباشرة وبكفاءة وبدون وسائل الإعلام يصعب أداء هذه المهمة الأساسية في المجتمع [67]، وجدير بالذكر أن الوظيفة الإخبارية هي من أقدم الوظائف التي قامت من أجلها وسائل الإعلام، وان التأثيرات الناجمة عن التعرض للمادة الإخبارية في وسائل الإعلام أصبحت واسعة المدى، فالوظيفة الإخبارية أصبحت تأخذ على عاتقها مهمة الإعلام السياسي بالدرجة الأولى، ويشير إلى ذلك تزايد معدلات استهلاك الأخبار لدى الجمهور حتى أصبح ذلك ظاهرة واضحة جداً وبخاصة في الآونة الأخيرة، الأمر الذي يعكس لنا تعاظم الدور الإخباري لوسائل الإعلام[68]، ولما كانت وسائل الإعلام هي العملية المركزية التي يحصل الناس عن طريقها على فهم ذاتي للحقيقة الموضوعية فأن هذه العملية تظل موضوعاً للدراسة غير محدد بوقت معين، ومازال أمامنا الكثير لكشف مبادئه بالكامل، ويصبح الدور

الذي تلعبه وسائل الإعلام في هذه العملية أكثر أهمية بينما أضحت أعداد أخرى من الجمهور المعاصر التي تستخدم وسائل الإعلام أكثر تزايداً[69].

وفي هذا الصدد يقول توام تشومسكي وأدوارد هيرمان: إن نظام وسائل الإتصال الجماهيرية يُمَكِّنُ من نقل الأخبار والرموز إلى الجمهور العريض، فوظيفة هذه الوسائل هي تسلية الأفراد وإخبارهم.. وأيضاً إقحام هؤلاء الأفراد في القيم والمعتقدات ونظم التصرفات الكفيلة بإدماجهم في الهياكل المؤسساتية للمجتمع الواسع، وهكذا فإن هذا المدخل يرى أن وسائل الإتصال تؤثر بشكل قوي على إدراك الأفراد للعالم الخارجي، وتبني لديهم اعتقادات خاصة حول طبيعة هذا العالم خاصة أولئك الذين يتعرضون لهذه الوسائل بشكل مكثف ولمدة طويلة من الزمن[70]، إذ يُسهِمُ التعرض إلى وسائل الإعلام عموماً، والمواد الإخبارية بوجه خاص في زيادة وتراكم المستوى المعرفي والمعلوماتي للأفراد [71]، فالمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام عن الثقافات الأخرى، قد تجعل ثقافة المجتمع أكثر ثراءً أو تنوعاً، فضلاً عن أن الثقافة يحتمل أن تنمو وتتكيف نتيجة هذا الإتصال [72]، وهذا يعني أن وظيفة الإخبار من الوظائف الأساسية التي لا يمكن للإعلام أو الصحافة أن تقوم لها قائمة بدونها، والتي تعني تزويد القراء بالأخبار التي تهمهم.. ويتعين على الصحافة أن تقدم القدر الكافي من هذه المعلومات والأخبار حتى يستطيع القارئ أن يكون رأياً سليماً [73]، وتقديم تغطية شاملة لكل ما يحدث ويهم المجتمع بحيث تُسْهِمْ في تنويره ومساعدته في إتخاذ القرار السليم [74].

وتُعَدُّ وظيفة جمع الأخبار ونشرها الوظيفة الأولى للصحافة المطبوعة منها والإلكترونية، فالغاية من الصحافة هي جمع الأخبار التي تهم أكبر عدد من القراء وتمس مصالحهم، فالإخبار أي نقل الأخبار لجماهير القراء يأتي في مقدمة وظائف الصحافة الحديثة، ولفظة الإخبار هي المعادلة لما يسمى بوظيفة الإعلام التي تُعَدُّ الوظيفة الأساسية للإعلام بصفة عامة [75].

وهو يعني أن الإخبار هي وظيفة الصحافة الأولى، ووظيفتها أن تنقل إلى الجنس

البشري ما يفعله أعضاؤه، ويشعرون به، ويفكرون فيه، فهي تجمع الأخبار ذات الفائدة العميمة وتُعَرِّفُ الناس بها، والصحافة هي الأداة الدائمة لهذه الخدمة وهي إذ تقوم بهذا الدور فإنها ترضي حاجة أساسية من حاجات الإنسان، ألا وهي معرفة ما يدور حوله من وقائع [76].

إذ يُمَثِلُ الخبر عملياً أول خطوة من خطوات التفاعل الإبداعي مع الواقع الموضوعي، ويقوم أساساً على تقديم المعلومات - الوقائع- الحقائق من منظور معين وفي سياق معين، وضمن إستراتيجية معينة، وذلك من اجل أن يُسْهِمَ تراكمياً في تكوين النسق المعرفي للقارئ، وهذا هو جوهر الوظيفة الإخبارية للصحافة[77].

وجوهر الوظيفة الإخبارية هو تقديم تقارير تتضمن معلومات عن أحداث وأفكار حالية وسابقة وذلك عن طريق الأنواع الصحفية المختلفة بخاصة الأنواع الإخبارية [78].

وأخيراً فإن المعرفة التي لدينا عن بعض نواحي البيئة المحيطة بنا توفر لنا الأساس لكيف نتصرف حيالها.

خصائص الوظيفة الإخبارية:

يتضح مما ذكرنا سابقاً أنه ينتج من عملية الاستطلاع ومراقبة البيئة التي تقوم بها وسائل الإعلام، تحقيق الوظيفة الإخبارية التي تختص بإمداد القراء بالأخبار، والتي يشترط أن تكون مادة إخبارية صرفة، لا يجوز التحريف فيها أو التغيير وذلك يستلزم احترام قدسية الخبر، أما في حالة التعليق على الأخبار، فيمكن للصحيفة معالجتها بطرق مختلفة، تتفق مع الفئات المختلفة لجمهور الوسيلة الإعلامية، ومهمة التعليق الأولى، هي توضيح جوانب الخبر الغامضة[79]. وتشترط الوظيفة الإخبارية توافر ثلاثة عناصر[80]:

- **أولاً- التكامل:** أي تتبع الخبر من نشأته حتى نهايته والبحث عن العناصر المكملة له، سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

- **ثانياً- الموضوعية:** هي أهم مبادئ تحرير الأخبار في المجتمعات الديمقراطية، إلا أن الموضوعية الكاملة حالة مثالية، لا يمكن تحقيقها ومهما حاول الصحفي الوصول إليها، سوف تظهر بعض العناصر والاتجاهات الفردية، وعلى الرغم من ذلك فإن الالتزام بالموضوعية هو الركن الأساسي لكل عمل صحفي، ولتحقيق هذا المبدأ، لابد من البحث والتحقق من صحة الخبر وأركانه، وهنا لابد من التفرقة بين عدم كفاية الموضوعية، لأسباب خارجة عن الإرادة وبين التحريف المتعمد للخبر.
- **ثالثاً- الوضوح:** أي الوضوح في العرض الذي يؤدي إلى فهم المحتوى من جانب المُتلقي، مع تجنب التبسيط الذي يؤدي إلى التحريف، ومن ثمَّ عدم فهم المشكلة كما ينبغي، والحذر من المبالغة في التبسيط، لان ذلك يؤدي إلى شعور بعض الفئات الاستهانة بذكائهم.

تأثير التكنولوجيا الحديثة على الدور الإخباري لوسائل الإعلام:

إن الأخبار كأبرز محتويات وسائل الإعلام قد أفادت بشكل كبير من التطورات التكنولوجية الحديثة مما أدى إلى زيادة فاعلية أداء وسائل الإعلام لمهامها الإخبارية على الصعيدين المحلي والدولي.

وفي هذا الصدد يرى الباحثان حسن عماد مكاوي ومحمود علم الدين[81] أن أهم مجالات الإفادة الإخبارية من تكنولوجيا الإتصال والمعلومات مُتَمَثّل في الجوانب الآتية:

- **أولاً:** توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً عن طريق بث وقائع الحدث الإخباري مباشرة وبشكل آني.
- **ثانياً:** تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام وتطويرها عن طريق ابتكار نُظُم الحفظ والمعلومات واسترجاعها وعن طريق توظيف بنوك المعلومات

وشبكاتها، وكذلك ابتدعت أدوات ونُظُم لتسريع عملية الحصول على المعلومات وتوصيلها إلى مقر الصحيفة.

- **ثالثاً:** استحداث وسائل وقنوات إخبارية جديدة تماماً ومختلفة عن الوسائل والقنوات التقليدية، مثل أنظمة النصوص المتلفزة والصحف الإلكترونية والخدمات الإخبارية الإلكترونية، والمواقع الإلكترونية لمحطات الإذاعات والتلفزيونات والبوابات ومواقع الويب الأخرى.

وتأسيساً على ما سبق يمكن أن نستنتج أن أبرز آثار التكنولوجيا الحديثة تبدو:

1- في عملية التغطية الإخبارية، فقد ألغت التكنولوجية الحديثة الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاث وهي: مرحلة اندلاع الخبر (News Break) ومرحلة بث الخبر (News Diffusion) ومرحلة التشبع الإخباري (News Saturation) وذلك عن طريق عملية تغطية الأخبار فور حدوثها، إذ أن المظهر الأساسي لتطور الإعلام والأكثر بروزاً في حياتنا المعاصرة هو السرعة، سرعة تدفق الأخبار والمعلومات وتداولها ونشرها، فقد أصبح الإعلام يملك سرعة الإنترنت على حد تعبير صحفيّ الصحيفة الفرنسية (Le Monde Diplomatique) إن هذا القول لايعني أن الإنترنت أصبحت أداة خطيرة وفاعلة في مجال نقل الأخبار والأحداث، بل أن وسائل الإعلام المختلفة، والإذاعة والتلفزيون والصحف الإلكترونية والمواقع الإلكترونية والبوابات الإلكترونية أصبحت تتمثل أكثر لمتطلبات السرعة والآنية[82].

ويمكن التأكد عملياً من تغطية عملية تبادل الأسرى ورفات الجنود الإسرائيليين واللبنانيين، كيف أرتقت من مجرد خبر إلى تغطية إخبارية متكاملة في المواقع والبوابات الإلكترونية العربية نتيجة مفهوم الآنية وسرعة نقل الخبر، والتواصل في الكتابة عن ذات الموضوع في أثناء مدة من الزمن[*].

إن سرعة تقديم الأخبار عبر وسائل الإعلام والذي كان وسيلة لنقل الأخبار ولتمكين الجمهور من الإطلاع على التطورات والمُستَجَدات في الخمسينيات والستينيات

من القرن الماضي تحول في مطلع الألفية الثالثة إلى غاية في حد ذاتها، وتظهر السرعة والآنية مرتبطة بالتطورات التي تجري في العالم وكأنها إفرازات جديدة وآنية ومنفصلة عن الأحداث وغير مرتبطة بماضٍ، كما أن النجاح في المجال الإخباري والإعلامي أصبح يُقاسُ في الغالب بالسرعة وبالمقدرة على تجاوز ما هو راهن وليس بمدى ارتباطه بالواقع أو ببنائه الفكري(83).

ولقد عبر الكثير من الباحثين عن خشيتهم من التأثير السلبي لهذه السرعة على صحة الأخبار وموضوعيتها وفي مقدمتهم الدكتور نسيم الخوري إذ يرى: وبسبب من هذه السرعة التي تُنْجِزُ إلكترونية الأخبار، مهما علت حواجز اللغة والممنوعات الثقافية، فانها صفة خطيرة تنسف مجمل ما ألفناه في وسائل الإعلام التقليدية الخبرية، كما ترتبط خطورتها بمضامين الأخبار التي تعمم فتنجز أوسع ثورة في تأريخ الخبر، إذ كيف نوفق بين التدقيق في مصادر المعلومات ومصداقيتها وبين تحقيق السرعة الضوئية للخبر، والذي سيكون بالطبع على حساب اللغة والمضمون(84)، كما يشير باحث آخر(85) إلى أن الفرد أصبح هدفاً رئيساً للإتصالات الإلكترونية، الأمر الذي أدى إلى قيام علاقة أحادية بين المُرْسِل والمُتلقي، وأضحى مؤشر التقدم في هذه العلاقة هو سرعة بث المعلومة حتى لو يتم ذلك على حساب المعرفة.

2- لاشك أن سرعة تداول الخبر وبثه هي أهم ما ميز التطور في المجال الإخباري في المواقع الإلكترونية والبوابات الإعلامية أو الصحفية إلا أن هناك ميزة مهمة أخرى، وهي إمكانية وضع لقطات فيديو معبرة عن الخبر، أي تعددية الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار، فالخبر الإلكتروني يُقَدَمُ مزوداً بالكلمة المطبوعة والصورة الثابتة والمتحركة كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع إلى الخبر صوتياً.

وهي ميزة لن تتوفر بأي حال في الصحافة المطبوعة، بل تتفوق على القنوات الفضائية الإخبارية نظراً لإمكانية الإطلاع على الخبر في أي وقت بينما ينتهي الحدث أو الخبر في القناة الفضائية بإذاعته، كما يمكن للقارئ الإطلاع عليه حتى بعد مرور أيام أو شهور عليه، فالخبر (لا يموت) في المواقع الإلكترونية، أو عن طريق

البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو في شبكة الويب [86].

وتوفر المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية والبوابات الإلكترونية هذه الخدمة، وتتميز بعضها بإتاحة البحث في الأرشيف وفق اختيارات زمنية عديدة ولاسيما بوابة أم أس أن والتافيستا[*].

3- تخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تُمَكِّنُ من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث وتزود شأنها شأن الأخبار بالصور والخلفيات؛ إذ يتم نشر الحدث في البداية بمجرد حدوثه لغرض السبق الصحفي، ثم بعد قليل يتم نشر خبر جديد عن الحدث نفسه، ثم خبر ثالث بتفاصيل أكثر مزودة بالصور مثلاً للحدث، إلى أن يتم نشر الموضوع بكامل تفاصيله، ومن ثمَّ يظل القارئ متابعاً للبوابات الإلكترونية حتى يخرج بتفاصيل كاملة عن الحدث الذي يتابعه، ولن ينتظر لليوم التالي ليقرأ الخبر نفسه في الجريدة الورقية اليومية[87].

ويتميز النشر أيضاً في البوابات الإلكترونية بـ:

أ- إمكانية تعديل الخبر وتصحيحه في حال وجود أخطاء.

ب- سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار عن طريق نظام التصنيف الإلكتروني (خريطة الموقع) المستخدم في المواقع الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية والبوابات الإلكترونية.

ج- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع كما في بوابة جوجل ونسيج ومحيط التي سنتناولها في الفصل العملي أو في المواقع الأخرى والتي تقدم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والأشخاص والأماكن الواردة في الخبر وتبدو بوابة ياهو أكثر تميزاً في التركيز على هذه الخدمة[*].

د- إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم عن طريق الاشتراك في خدمة النشرات الإلكترونية (news

setters) التي تقدمها غالبية المواقع الإخبارية الإلكترونية ولاسيما البوابات الإلكترونية، جوجل، ياهو، عجيب، وأم أس أن.[88]

هـ- أمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتضيف خدمة إذاعية وأحيانا بث حي للأحداث مثلها مثل الفضائيات، وهو ما تطور فيما بعد واوجد إذاعات الإنترنت التي سبق تناولها في فصل آخر.

4- وأما الأمر الذي لابد من ذكره فهو العلاقة الواضحة لتكنولوجيا الإتصال الحديثة بالمجال الصحفي، فقد زادت في الآونة الأخيرة قيمة وأهمية المعلومات وسرعة جمعها، وطرق معالجتها، ووسائل إنتاجها واستقبالها وعرضها وحفظها، وتوظيفها وهي مهام تقع في صميم العمل الإعلامي والإخباري، وتركت آثارها عليه، كما أثارت الأمل مجدداً في إمكانية تجديد شباب العمل الصحفي، وإعادة الحياة والفاعلية إليه، واضطلاع الصحف في عملية صناعة الأخبار والمعلومات في المجتمع وتطوير الأداء الصحفي، وخلق ممارسات جديدة وتيسير أداء المهام التقليدية، ومواكبة الثورة المعلوماتية [89].

فقد قامت تكنولوجيا الإنترنت بدعم الوظائف التقليدية للصحافة عن طريق إتاحة أساليب ذات كفاءة عالية أمام الصحفيين للبحث بعمق أكثر عن المعلومات، وعملت على زيادة قدرة البحث عن المعلومات، وجمع الخلفيات والسياق التأريخي على توسيع أدوات الصحفي، كما أنها قدمت ثقافة مختلفة تقوم على أسس من التفاعلية، والمرونة في الالتزام بالقواعد مثل الدقة والتوازن، والوضوح، والسرعة، والحالية[90]، وهو ما يؤكد أن الصحافة أفادت من التحول التكنولوجي وطورت صناعتها الخبرية، فهذه التقنية تحتم بطبيعة الحال على الصحافة ضرورة الإبداع والابتكار، والخروج عن المألوف وتجنب الكلاسيكي أو التقليدي والروتين[91].

وهذا ما يؤكد أيضاً ما ذُكِرَ سابقاً أن الإنترنت فرضت منطقاً جديداً غير من العمق ميدان صناعة الأخبار وتبادلها.

5- كما تتوافر للصحفيين اليوم بفضل أجهزة الكمبيوتر والإنترنت أدوات بحث تفوق ما كان متوفراً في أي وقت مضى والكثير من هذه الأدوات هي مجرد صيغ تكنولوجية متقدمة للأدوات الأساسية للمهنة، أما البعض الآخر فهي بيانات قواعد وتقارير كان من الصعب الرجوع إليها قبل الإنترنت وكان الإطلاع عليها يستدعي القيام بزيارة للمكتبة أو مبنى حكومي، وهناك أدوات أخرى أيضاً لم يكن بإمكان الكثيرين تصورها قبل عقدين من الزمن عندما كانت الإنترنت في أيامها الأولى: محركات البحث والمدونات الإلكترونية، ولوائح البريد الإلكتروني وغرف المحادثة الإلكترونية، وجميع هذه الأدوات مفيدة للصحفيين للبحث وجمع المعلومات التي تتعلق بخلفية القصة الإخبارية[92].

وهذا يؤكد أن أخبار نظام خدمات الإتصال المباشر تغير الآن طبيعة إعداد الأخبار، فقد كشفت إحدى الدراسات[93] أنه في نهاية التسعينيات كان 93٪ من الصحفيين الفاعلين في الجرائد والمجلات يستخدمون خدمات (Online) بطريقة ما لإعداد أخبارهم، والعديد منهم كان يستخدم مجموعات الحوار في البريد الإلكتروني للإتصال بالمصادر والحصول على أفكار موضوعاتهم كما أن نظام خدمات الإتصال المباشر تفرض على الصحفيين متطلبات أخرى تخص عملية جمع الأخبار، ففي البوابات الإلكترونية لا توجد تحديدات للمساحة، ولذلك عندما يغطي الصحفيون حدثاً معيناً، عليهم جمع المعلومات على شكل طبقات: نسخة موجزة، نسخة تضم النص الكامل لحديث، قائمة بأسماء الفائزين، مادة مسجلة على شريط يحتوي على جزء من مقابلة، وفي بعض الحالات معلومات (data base) يستطيع القراء البحث فيها [94].

6- إن من بين الانعكاسات المعاينة للثورة الرقمية على الفضاء الصحفي والإعلامي عموماً، هو نهاية أحادية المصادر الإخبارية، فالإنترنت تسمح بالحضور الآني للصحف اليومية، والإذاعات والتلفزيونات، ووكالات الأنباء ومؤسسات الأرشيف فبوابة مثل جوجل على سبيل المثال لديها مصادرها الإخبارية المتنوعة، فضلاً عن

ذلك، التراجع المستمر للقراءة الخطية التقليدية (بعكس القراءة التي تعتمد على الروابط أو النصوص المتشعبة)، فلم يعد مؤكداً أن القارئ لمقال صحفي أو خبر صحفي سيواصل قراءته إلى النهاية دون أن يميل إلى موضوع ثانٍ، إذا تضمن المقال أو الخبر روابط نصية تهمه، ويبدو أن هذين المعطيين أصبحا يتحكمان في عملية البحث وإعداد الأخبار[95].

وتأسيساً على ما سبق ذكره، واعتماداً على جلسات الإتصال المباشر (Online Access) لمتابعة الخدمات الإخبارية للبوابات، فإن البوابات الإلكترونية تعتمد على نشر الأخبار بشكل دوري وتحديثها كلما دعت الضرورة بحيث يبقى المستخدم في حالة تواصل مستمرة مع الجهة الإعلامية المرسلة والأخبار في البوابات الإخبارية تأتي بأشكال متنوعة، قد تكون أخبار وقتية أو تحقيقات وتقارير معمقة أو قصص إنسانية.

الاتجاهات الحديثة للتغطية الإخبارية:

لقد أخذت التغطية الإخبارية اتجاهات مختلفة في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة وتتمثل بالاتي [96]:

1- التغطية الإخبارية الفورية (Fresh an Updated Coverage) تتوافر العديد من المصادر والمواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري وتُجَدَدُ على الإنترنت مما يُتيحُ للصحفي الحصول على المعلومات في حينها (Inters Line) كما توفر بعض هذه المصادر خدمة الأخبار العاجلة (Breaking News).

2- التغطية الإخبارية المتعمقة (In-Depth Coverage) إذ تتوافر على الإنترنت العديد من المصادر الصحفية التي تتناول ذات الموضوعات بطرق متنوعة، مما يسمح بالتعرف على أبعادها المتعددة، كما يوجد العديد من الروابط (Links) التي تُحيلُ الصحفي إلى مصادر ووثائق وإحصائيات وبيانات تُعَمِّقُ معرفته ومعلوماته حول الموضوع الذي يكتب عنه، أي ذات الصلة بالخبر أو الحدث المنشور فضلاً

عن وجود العديد من المصادر المساعدة من قواعد المعلومات وموسوعات ومراجع وقواميس التي تساعد على استكمال أبعاد الموضوع ومعرفة خلفياته.

3- التغطية الإخبارية متعددة الوسائط (Multimedia Coverage) وفرت الإنترنت العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التواجد الصحفي عليها متميزاً، مثل الصوت والصور والألوان والجرافيك واللقطات المرئية المتحركة، وهي أمور تُفَعِلُ عملية الإتصال الصحفي بين الصحيفة وقرائها، وتنقل القارئ إلى موقع الحدث، وتقربه من شخوصه ومصادره وأجوائه، كما تيسر أداء الوظائف الصحفية من أخبار وشرح وتفسير، فضلاً عن القدرة على التحكم في طريقة العرض والأبناط والأحجام والخلفيات والمساحات.

4- التغطية الإخبارية الذاتية (Self- Duty Coverage) إذ يمكن للصحفي القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده من اختيار الموضوع وجمع بياناته والإتصال بمصادره وكتابته، بل ونشره.

5- التغطية الإخبارية الموضوعية (Objective Coverage) إذ تتوافر مصادر عدة تتناول الحدث ذاته على الإنترنت ويمكن مقارنة توجهاتها ورؤيتها ومعالجتها، وهو ما يساعد على بناء رؤية موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات.

6- التغطية الإخبارية المستمرة (Continuing Coverage) فالعمل الصحفي لا يتوقف على مدار 24 ساعة، بما يُتيحُ تجديد وتحديث المادة الصحفية بشكل مستمر، فضلاً عن السرعة في التغطية.

7- التغطية الإخبارية اللامحدودة (Infin News Hele Coverage) تتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة من الإنترنت تسمح بتغطية كبيرة للحدث وإحالة تفاصيله إلى روابط ووصلات عديدة.

خصائص الكتابة الإخبارية الإلكترونية:

يُثارُ جدل فكري كبير، حول تأثير الكتابة الإلكترونية على الكتابة الصحفية بصفة عامة، والأنواع الصحفية بشكل خاص، بعض الباحثين[97] يعتقدون أن الكتابة الصحفية ظلت محتفظة بجوهرها بغض النظر عن الحامل أو الأداة أو الوسيط الذي تظهر فيه (صحافة مطبوعة، إذاعة، تلفزيون، أو الإنترنت)، والبعض الآخر يعتقد أن التكنولوجية الحديثة أحدثت نقلاً كبيراً في وسائل الإتصال الجماهيري ومجالاته، إذ أُزيلت الحدود الفاصلة بين الأخبار، والتجارة، والإعلان، وبهذا استدعت صياغة جديدة لأشكال التعبير الصحفي، في حين يرى جوناثان دوب[98] ناشر موقع (Cyperjournalist): إن الكتابة الإلكترونية هي مزيج بين كتابة الصحافة المطبوعة والكتابة الإذاعية والتلفزيونية، ويؤكد أن أسلوب الكتابة الموجزة والبسيطة الذي يفضله الإذاعيون يُسَهلُ قراءة واستيعاب الكتابة الإلكترونية ولكنه يقول: إن العديد من المواقع الإلكترونية تتجاهل القواعد الأساسية للكتابة الجيدة، ويُشيرُ أيضاً إلى أن استخدام العبارات البسيطة وكأن المستخدم في حديث، هو أمر جيد إلا أن القواعد اللغوية والتهجئة مازالت مهمة، وبما أن مواقع الأخبار الإلكترونية والبوابات تميل إلى تقديم خيارات عديدة للقراء، فإن على الكُتاب أن يتجنبوا تأخير الإشارة إلى جوهر الخبر ويتفادوا القفزات الافتتاحية التي تؤدي قصة طريفة دون الإشارة بسرعة إلى محتوى القصة الإخبارية، ويجب أن تُقَدِمَ الجملة الافتتاحية ما يقنع القارئ على مواصلة القراءة، وتكون القصص الإخبارية الإلكترونية بشكل عام أقصر من القصص الإخبارية في الصحف المطبوعة.

ويمكن تقسيم القصة الإخبارية إلى مقاطع ملحق بها روابط تشعبية (Hyper Texts) تقوم بعمليات التفسير وتقديم الخلفيات، وتوفير سياق معلوماتي مميز، يعطي رؤية أوسع واشمل يستجيب على الفور وبصورة مباشرة للكاتب أو المحرر عن طريق الرسائل الإلكترونية أو حتى إجراء محادثة حية، كما أن العديد من البوابات توفر مساحة للقراء لتقديم آرائهم وملاحظاتهم لكي يقرأ الآخرون ما كتبوه ويردوا عليهم.

تختلف الأخبار الإلكترونية عن الأخبار المطبوعة بأن توفر لقرائها عناصر متفاعلة إلكترونياً، ووصلات فوقية تتيح للقراء اجتياز النظام الذي يريدون بواسطته الحصول على المعلومات، وهذا ما يُسمى بالقالب غير الطولي (غير الخطي) (Non Liner) إن الأخبار غير الطولية تُقَدَّمُ بنظام محدد من البداية إلى النهاية ... وبما أن قراء الإنترنت يريدون قراءة الخبر في مستويات، بعضهم يريدون الموجز فقط وآخرون يريدون تفاصيل أكثر، ثم يُكْتَبُ الخبر كاملاً، ولكن تُجْعَل الجمل والفقرات قصيرة، إذ يميل القراء للتصفح أكثر من ميلهم إلى القراءة المعمقة، أن تضمين عناوين فرعية يساعد أيضاً القراء الذين يريدون المعلومات بسرعة، أن الأخبار القصيرة هي جزء مهم وأساسي من الموضوعات الإخبارية في البوابات الإلكترونية[99].

هذا ما يعني أن التطور في مفهوم صناعة وتحرير وكتابة الأخبار الإلكترونية والمقالات، جعل المحررين ينظرون إليها على أنها رسائل موجهة إلى القراء وليست مجرد موضوعات.

ومن المهم أن نذكر انه في بداية ظهور الصحافة الإلكترونية والبوابات الإلكترونية لم تكن هناك تقاليد للتحرير الصحفي أو قواعد متفق عليها، لكن مع التطور السريع في أعداد وأنواع البوابات الإلكترونية والصحافة الإلكترونية تطورت أساليب التحرير الصحفي وظهر مفهوم التحرير الإلكتروني (E-editing) لكن حتى الآن لم تستقر تقاليد أو قواعد محددة متفق عليها، كما أن هناك كثير من القواعد التي انتقلت من الصحافة المطبوعة تفرض نفسها وتجبر العاملين في البوابات الإلكترونية على تطوير أساليبهم وأدواتهم، على الرغم من أن كثير منهم قد جاءوا من صحف ورقية وتعلموا فيها التحرير الصحفي التقليدي[100]، ويسود بالمقابل نوع من التجريب لأشكال عديدة في كتابة الأخبار والتقارير فضلاً عن أساليب الصياغة وأساليب المزج بين الصوت والصورة والوسائط المتعددة وفي هذا الإطار أُستخدمَ قالب الهرم المعكوس على أساس انه يُسَهِّل عملية مسح النص بالنسبة للقارئ وقد شاع هذا الشكل في الأخبار الجادة، كما ظهر القالب السردي في تقديم أخبار الحوادث كما

هو متبع في الصحافة المطبوعة، وهناك من استعان بأسلوب طرح السؤال أو عدة أسئلة في مقدمة المادة الصحفية، بينما ظهر أنموذج المسرح الذي يعمد على وضع قائمة بالعناوين الرئيسة والعناوين الفرعية للمادة، ثم تفرع المادة الخبرية في شكل طولي، وأنموذج الذي يستخدم العناوين الفرعية في كل المادة الخبرية التي ينشرها ويضيف إليها إمكانية القراءة اللاخطية، وذلك بإقامة وصلات بين العناوين الفرعية في قمة المادة الخبرية والفقرات المرتبطة بها، أما الأنموذج الآخر فيعتمد على تقديم مقدمة مختصرة تستخدم بنط أكبر من المستخدم في باقي النص وتستغني به عن العنوان الفرعي وتكون قابلة للنقر لمن يرغب في قراءة المادة الخبرية، ويمكن للقارئ النظر على الوصلات المفتوحة أسفل المقدمة للانتقال إلى قصة خبرية أخرى تدور حول الموضوع نفسه(101).

وعلى وفق ما تقدم يلاحظ أن البيئة الإعلامية الإلكترونية أفرزت أشكالاً ووسائل جديدة من توصيل الأخبار والمعلومات، لم تعهدها وسائل الإعلام التقليدية، من ثَمَّ أثرت على طبيعة العمل الإعلامي، وعلى الأساليب الإعلامية والتحريرية المستخدمة في العمل الإعلامي، إذ أصبح اقل رسمية وروتينية مع تراجع في تأثير بعض العوامل التنظيمية والمؤسسية على منتجاتها الإعلامية، في مقابل تزايد التفضيلات الشخصية والذاتية، فضلاً عن كونها بيئة تسمح بانصهار وخلط الأشكال الإعلامية التي كانت منفصلة سواء في الخبر أو الحوار أو التعليق أو الدردشة أو المنتديات وغيرها مع إمكانية تقديم الأنواع الصحفية أو الإعلامية التقليدية بصورة جديدة، فالخبر يتم بثه وتقديمه بوسائط متعددة مع الكثير من التحليل والعمق وهذا ما يعني أن التكنولوجيا الحديثة أثرت على طبيعة الشكل أو طريقة تقديم المحتوى الإخباري أو الإعلامي بأشكال وأنماط جديدة(102).

وعلى الرغم أن النص (Text) مازال قلب الأخبار على الخط المباشر، إلا أن المحررين اكتشفوا ميزتين رئيستين لميزات الصحافة على الخط المباشر(*) من نظيرتها المطبوعة، إذ تُقَدِّم الوسائط على الخط المباشر إمكانيات إنشاء الوسائط المتعددة

(Militia Media) والقدرة على تحديث المعلومات في الحال، وبدأت بعض المخرجات تُقَدِّم مقاطع صوتية أو مؤتمرات صحفية، مما قدم لجمهور الخط المباشر شيئاً إضافياً عما هو موجود في الطبعات الورقية [103].

وإذا كان النص المطبوع، لا يزال يحافظ على أوليته، فإن العصر الحالي الذي يتميز بتدفق عالمي للتقنيات الإلكترونية، والمعلومات ويحمل في طياته طرائق جديدة للكتابة والإتصال، من شأنها أن تغدو في أثناء مدة قصيرة نسبياً، تقنيات مميزة لهذه الحقبة من التطور الإتصالي، دون أن يؤدي ذلك إلى إلغاء أو إخفاء التقنيات الإتصالية الأخرى [104].

والسؤال المطروح: مع كل هذه التجديدات التي يعرفها الفضاء الصحفي، هل يمكن مواصلة الأخذ بالقواعد نفسها في كتابة الأخبار، وتقديمها إلى القارئ، أو المستمع، أو المشاهد، إلا يقتضي نمط استهلاك الأخبار الإلكترونية التفكير في صيغ تحريرية صحفية؟

إن البوابة هي ثمرة التكنولوجيا، وهي كأي موقع إلكتروني يمكن أن يكون أحد تجليات التأثير التكنولوجي على الأخبار في الصياغة والتحرير والإخراج.

أشكال عرض المواد الإخبارية الإلكترونية:

1- **النص الطباعي**: يمثل الشكل الأساسي لعرض الأخبار الإلكترونية وهو يُستَخدمُ في المواقع الإخبارية كافة ويبنى شكل العرض عادة حول مقالة نصية تكون في الغالب مكتوبة لغير الإنترنت أما بالنسبة للعناصر الأخرى مثل الصور والخرائط والفيديو فإنه يتم إضافتها إلى الصفحة التي تحمل النص الإخباري.

2- **التفاعلية القابلة للنقر** (Clickable Interactive): وهي تجمع في بنائها الشكلين الخطي واللاخطي في بناء القصة الإخبارية (Linear and non- Linear Storytelling) وتضيف خيارات متعددة في رواية الخبر للقارئ وتوجهه إلى كيفية قراءته وتدمج داخلها أحياناً الصور المتحركة والتسجيل الصوتي والفيديو.

3- **عروض الشرائح** (Slid Shows): يمكن أن يستخدم لوحده لعرض الأخبار وذلك بدمج الصور والوضعية مع التعليق الذي يحمل المعلومات الإضافية.

4- **الحكاية الصوتية** (Audio Story): تُمَثِلُ وسيلة قوية جداً لرواية الخبر ويتم الاستعانة بالتسجيل الصوتي عندما يكون هناك اقتباس لا يمكن أن يوصف بالكلام المكتوب أو لنقل مادة صوتية أرشيفية إلى الحياة [105].

5- **الشرائح المصحوبة بالتعليق** (Narrated Slideshows): يتم دمج التسجيل الصوتي والفيديو والصور والتعليقات الصوتية القصيرة لبناء قصص إخبارية قوية تشبه الأسلوب الوثائقي في التلفزيون.

6- **الرسوم المتحركة**: القصة الإخبارية يمكن أن تُروى بشكل كامل بالرسومات المتحركة لاسيما عندما لا تتوافر الصور وهي تُستخدَم عندما يتطلب نشر حدث ما استخدم الحركة أو القصص الخفيفة والمواد الكاريكاتورية أو لمخاطبة الأطفال.

7- **البث التفاعلي**: بدأت المواقع الإخبارية بدمج مواد الفيديو مع الروابط المضافة إلى الأخبار ذات العلاقة بالحدث، وهنا تتم أعادة معالجة المادة المصورة تلفزيونياً ويتضمن النص بعض النقاط الحية والوصلات في الفيديو التي تُمَكِنُ المشاهد من التنقل داخلها أو إلى أجزاء أخرى. وهو ما جعل المادة المصورة مجالاً تفاعلياً لا تشبه الطريقة التقليدية.

8- **الوسائط المتعددة التفاعلية**: يكون كل عنصر من عناصر الوسائط المتعددة المكون للقصة الإخبارية من نصوص ورسومات وأصوات وفيديو مجالاً تفاعلياً قابلاً للنقر وهذه الطريقة لبناء المواد الصحافية خلقت رزماً تفاعلية شاملة تروي الأخبار بطريقة غير موجودة في الوسائل الإعلامية الأخرى [106].

وعلى وفق ما تقدم فإن الخبر الصحفي تطور من النواحي التحريرية والفنية في عصر البوابات الإلكترونية، إذ أصبح قابلاً للتحديث كلما دعت الحاجة، كما أصحبت المعلومات أكثر تفاعلية ومكنت المستخدم من الوصول لمصادر إضافية، فضلاً عن غَلَبَة الجانب المرئي في تقديم المادة الإعلامية. أما الإخراج أو أشكال

العرض في البوابات الإلكترونية فتعتمد على برمجيات متخصصة وعلى تقديم المعلومة التفاعلية الحركية وتنوع الوسائط المستخدمة في تقديم الخبر.

مرجعية الإخبار أو الوظيفة الإخبارية:

تتألف مرجعية الخبر أو الوظيفة الإخبارية في الإعلام المعاصر وكما حددها الدكتور أديب خضور من الأبعاد الخمسة التالية [107]:

- **أولاً**: السياق الاجتماعي- الاقتصادي - السياسي- الثقافي الذي يجري فيه الحدث أو تُنتج فيه المعلومة، الحقيقة التي تؤكد استحالة وجود موضوعي لخبر أو لتغطية إخبارية أو لوظيفة إخبارية خارج المجتمعات أو خارج الثقافات أو بعيداً عن المؤثرات الاجتماعية والنُظُم الإعلامية، كما تؤكد سيوسيولوجية المعرفة أن معرفة الإنسان بأي شيء في المجتمع يتم تشكليها ورسم حدودها عن طريق الثقافة السائدة في المجتمع في مرحلة ما.
- **ثانياً**: القوة الذاتية الموضوعية للحدث بمعنى أهمية الحدث وضخامته والآثار والنتائج المترتبة عليه، واتساع الشرائح الاجتماعية المعنية به، وما يتضمنه من قيم وعناصر ومعطيات إخبارية.
- **ثالثاً**: موقف الوسيلة الإعلامية من الحدث، نعلم جيداً أن المؤسسات الإعلامية عبارة عن منابر طبقية لقوى سياسية واجتماعية وثقافية ودينية معينة باتجاهات واحتمالات التطور في المجتمع، وتعمل جاهدة من أجل التأثير في هذه الاتجاهات وجعلها تأخذ مسارات محددة تخدم مصالح هذا القوى الأمر الذي يؤكد حقيقة أن كل وسيلة إعلامية تملك مشروعها، وتعمل من أجل تحقيق المشروع ويترتب على ذلك حقيقة أن كل مؤسسة إعلامية تتأثر في وظيفتها الإخبارية بمنطلقات وأسس وإستراتيجيات مشروعها، الذي حددته القوى التي تُصْدِرُ وتملك وتوجه هذه الوسيلة.

- **رابعاً**: شخصية ونوعية الوسيلة الإعلامية والمدرسة الصحفية التي تنتمي إليها، إذ تتعدد الوسائل الإعلامية وتتنوع من حيث المدرسة والنوع والشخصية، ومن ثَمَّ من حيث المجال الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي الذي تغطيه، ومن حيث الجمهور الذي تستهدفه وتترك شخصية ونوعية الوسيلة آثارها المهمة على مجمل نشاطها الإعلامي، ولاسيما ما يتعلق بنوعية الموضوعات ومستوى وأساليب المعالجة، وكذلك على التغطية الإخبارية والوظيفة الإخبارية عموماً.
- **خامساً**: الشريحة أو الشرائح الاجتماعية التي يستهدفها الخطاب الإعلامي للوسيلة الإعلامية؛ إذ يشكل الجمهور ركناً قوي الحضور في الوظيفة الإخبارية، أن اهتمامات الجمهور وتوقعاته ومصالحه وموقف الوسيلة منه، أمور مهمة تأخذها الوسيلة الإعلامية كبُعد مهم في مرجعيتها لتقديم تغطية إخبارية وللقيام بوظيفتها الإخبارية عموماً.

وفق ذلك تُشَكِّلُ هذه الأبعاد المرجعية الأساسية للوظيفة الإخبارية ومعادلة يتوقف حلها الصحيح على فهم واستيعاب واحترام خصوصية كل بُعْد منها لتقدم حلاً متوازناً يأخذ بعين الاعتبار الأبعاد الخمسة معاً، ويحدد أجندة منطقية وواقعية ومناسبة وتسلسلاً مقنعا لهذه الأبعاد الخمسة، بما يتناسب مع خصوصية كل حدث أو تطور أو ظاهرة، وبما يعكس الوزن النسبي لكل بُعْد في كل حالة، وبما لا يؤدي بأي حال من الأحوال، ولأي اعتبار من الاعتبارات إلى الاستبعاد المتعمد غير المفهوم وغير المبرر لأي بُعْد من هذه الأبعاد [108].

التكنولوجيا والقيم الإخبارية:

إن معايير انتقاء الأخبار أو القيم الإخبارية لقيت ولاتزال اهتماماً كبيراً من جانب الصحفيين والباحثين في المجال الإخباري، فقد حدد البعض عدة عناصر أو معايير تؤثر في اختيار الأخبار منها: القيم الشخصية للقائم بالإتصال، والقيم المهنية، والمصادر الإخبارية، ودور الجمهور في العملية الإتصالية، والسياسة الإعلامية للوسيلة، وتأثير وكالات الأنباء وغيرها [109].

والقيم الإخبارية هي قواعد عملية تحتوي جملة من المعارف المهنية، التي تفسر أو تقود ضمنياً أو جهاراً، إجراءات العمل التحريري، والقيم الإخبارية تُشَكِّلُ مرجعيات واضحة ومتوافرة تكمن في المعارف المشتركة حول طبيعة وأهداف الخبر، وهي مرجعيات يمكن استخدامها لتسهيل وتسريع العملية المعقدة لمعالجة الأخبار، وتنجم القيم الإخبارية من شروط ضمنية أو من اعتبارات متعلقة بـ(110):

- المضامين الجوهرية للأخبار.
- توفر المواد الخام، والمعايير المتعلقة بالمُنتَج المعلوماتي.
- الجمهور
- المنافسة.

إن **القيم الإخبارية من الناحية الذاتية** هي الإطار الإدراكي أو الدلالي الصريح أو الضمني الذي يجعل القائم بالإتصال فرداً أو مجموعة أفراد أو مؤسسة قادراً على إدراك وانتقاء القيم الإخبارية الأكثر أهمية من بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات وله القدرة على صياغتها وتشكيل وإنشاء عناصر في ترتيب اختياري خاص، ومنحها فرصة الظهور عبر إحدى وسائل الإعلام، بدرجات من البروز تُستَمَد من طبيعة الوسائل وظرفها الخاص والعام.

وأما **القيم الإخبارية من الناحية الموضوعية**: فتعني مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار، وتتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها، ويجد فيها حراس البوابات والجمهور إنها مثيرة للاهتمام وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معينين(111).

القيم الإخبارية هي مجموعة المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم للخبر، وهذه المعايير ليست فردية تُنسَبُ إلى صحفي دون سواه، بل أنها مجموعة قيم متعارف عليها لدى أمة من الأمم(112).

وتنتهي الباحثة وريدة ملياني(113)، إلى تعريف القيم الإخبارية بأنها مجموعة معايير ذاتية وموضوعية غير مكتوبة تفهم من طرف المحترفين في وسائل الإعلام في

عملية جمع وانتفاء الأخبار، وتشترك فيها جميع المؤسسات الإعلامية إلا أن الأخذ بها يختلف من مؤسسة إلى أخرى، وتُعَدُ آنية معقدة لما تحمله من معان أيديولوجية ولأنها تخضع أيضاً لنوعية وأذواق الجمهور مما يعطيها صفة التغيير والتطور.

التكوين المهني للصحفيين:

على الرغم من الأهمية المتزايدة للتكنولوجيا في مجال العمل الإخباري، إلا أن العنصر البشري سيبقى الحلقة الأساسية في عملية جمع الأخبار ونقلها، ومن ثمَّ فإن تدريب العنصر البشري يجب أن لا يُهْمَلْ إطلاقاً، وذلك على الرغم من الإمكانيات التقنية التي يحملها المستقبل (114)، ولكن ما هو الصحفي في ظل انتشار الإنترنت التي أتاحت لأي فرد أن يكون صحفياً ويراسل صحيفة إلكترونية أو موقعاً إخبارياً، ويُنشئ صحيفته الخاصة، أو محطة إذاعية في موقع في الإنترنت، ودفعت الصحفيين ورجال الإعلام إلى الانتقال من مرحلة ندرة الأخبار والمعلومات إلى وفرتها وتدفقها في الإنترنت.

من هو الصحفي في ظل التفاعلية (Interactivity) في النشاط الإعلامي والثقافي والتربوي الذي قضى على العلاقات العمودية التي كانت قائمة بين الصحفي والمُتلقي، والتي تدفع إلى إعادة التفكير في مفهوم الجمهور ومكانته في المعادلة الإعلامية والإتصالية؟

إن الإجابة عن هذه الأسئلة تحدد أفق تكوين الصحفيين لتلبية حاجة المجتمع، وحاجة مختلف المؤسسات الإعلامية أو مصادر المعلومات، وحاجة الجمهور، وحاجة الصحفيين الأكاديمية والفنية (115).

وبشكل عام فإن البيئة الإعلامية الإلكترونية تتطلب صحفيين على مقدرة في التعامل مع الكمبيوتر والإنترنت وقواعد المعلومات، فالمادة التي يكتبها الصحفي في الإنترنت تمر بمراحل مختلفة إلى أن تصل إلى القارئ، ويعود رجعها إلى المحرر نفسه بما تَحْمِلُه تصورات وتعليقات القراء، وهي تصنع هذا المحرر بموقع حارس البوابة،

إذ يمكن أن يضع المحرر مادته في المواقع في أي مكان في العالم لتظهر في موقع الصحيفة بدون المرور على جهاز مسؤولية أكبر في الصحيفة، بينما تمر المادة الصحفية في الإدارات الصحفية ذات التنظيم الإداري بالدورة التالية: أن النص الصحفي في الإنترنت هو نتاج نُظُم مكلفة، فهو يُكتبُ بواسطة مخبرين صحفيين وتصحح حقائقه بواسطة باحثين، ويُحررُ بواسطة مستويات مختلفة من المحررين، ويتم تخزينه بواسطة نُظُم كمبيوترية متعددة، ويتم إنتاجه بواسطة منتجي المعلومات ويُرَمزُ بواسطة خبراء ترميز النصوص المتشعبة، ويتم إخراجه بواسطة مصممين متخصصين في الوسائل الرقمية للتصميم، ثم يتم تحريره نهائياً بواسطة صحفيين متخصصين في نُظُم المعلومات الإلكترونية (116)، ولابد أن ذلك يؤكد أن البيئة الإعلامية الإلكترونية توفر للصحفيين فرصاً عديدة لتطوير مهاراتهم في البحث والتحليل والتغطية، كما تسمح لهم الوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة ومن مصادر متعددة تُعَمِق أبعاد الموضوعات الصحفية، ومن بين الإضافات التي تقدمها الإنترنت، في مجال تعلم المهارات الصحفية، فضلاً عن المساعدة في تعليم الفنون الصحفية، وطرق جمع المادة الصحفية، وإجراء الحوارات والتحقيقات والتعامل مع الأخبار ووكالات الأنباء ومصادر الأخبار والمعلومات، ما تتطلبه الإنترنت من ضرورة تعلم مهارة البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات والإحصائيات والتحقق من مصداقيتها وتقييمها مقارنة بالمعلومات الأخرى المتوافرة، واستخدام عدة ضوابط ومعايير للإختيار من بين المصادر والمعلومات المتاحة بكثرة، وكذلك ضرورة الاهتمام بتحليل المعلومات، والوثائق والإفادة من الأدوات المتعددة المتوافرة على الإنترنت للقيام بتغطية صحفية فردية وسريعة للأحداث، والإتصال المباشر بصُناعِ الأحداث والموضوعات في مجالات متنوعة ومن أماكن متعددة، فضلاً عن استحداث أشكال صحفية وإتصالية جديدة مثل عقد المؤتمرات عن بُعْد، والجماعات الإخبارية وجلسات الدردشة والمحادثة، والبريد الإلكتروني وكذلك توفير إمكانات كبيرة لاستكمال معلومات الموضوعات الصحفية، والوصول إلى مصادرها الأساسية، وهي مهارات أساسية في تعليم الصحافة وممارستها، فضلاً عن أن دراسة الإنترنت

في حد ذاتها تتطلب إجادة مهارات استقصاء المعلومات وجمعها والتأكد من صحتها ودقتها وموضوعيتها، وهي من الصفات الأساسية في التعليم الصحفي المهني[117]. ولاشك أن الثقافة الإلكترونية، هذه تتطلب إبداعاً لغوياً جديداً، إبداعاً مغايراً في فن كتابة النصوص حتى تتآلف وتنصهر في «سبيكة» الوسائط المتعددة مع أنساق الرموز الأخرى، من صور وأصوات [118]، وإعادة النظر في أشكال الكتابة الصحفية وقوالب التعبير والالتزام بالرؤية النقدية للأنواع الصحفية بدل الاكتفاء بالسرد التأريخي للكتابة الصحفية وتأهيل الصحفيين إلى التحرير وفق منطق النص المتشعب (Hypertext)[119].

وعلى وفق ما تقدم يتضح أن التكنولوجيا الحديثة في العمل الصحفي سواء كانت الوسائط المتعددة وتطبيقاتها المختلفة في وسائل الإعلام، الإنترنت وتأثيراتها في البحث والتحرير والتوثيق والإخراج والنشر والبث، أثرتْ وتُأثرُ في تكوين المهارات التقنية للصحفيين، إذ طرحت ضرورة إدخال بعض المواد التي تجمع الجانب الفكري الذي يؤطر التعامل مع التكنولوجية الحديثة ويوجهه، إذ أن ولوج عالم النشر والمعرفة الجديد والإفادة المُثلى مما توفره يستدعي الدراية الكبيرة بتقية المعلومات ومعالجة الجديد فيها، بدءاً بتعلم الكمبيوتر واستعمال لوحة المفاتيح وانتهاءً بالتدريب على البرمجيات، دور وسائل الإتصال والربط والبحث والتخزين والنقل والتحرير.

كما أن بروز التفاعلية كمعطى أساسي في المعادلة الإعلامية، يقترح أن يحل المعادلة الإعلامية التقليدية القائمة على الإتصال العمودي ويفرض إعادة النظر في دراسة سيكولوجية الجمهور بعد أن أضحى مشاركاً في العملية الإعلامية ولم يعد مُتلقياً فحسب[120].

هوامش الفصل الثالث

---

(1) محمد إبراهيم عايش، المرأة العربية والصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص3.

(2) فايز عبدالله الشهري، بوابات الإنترنت، متاح على الإنترنت في
http://wajhah.com/index.php?id=18lang=ar81=111،
تاريخ الوصول 15/ 7/ 2007.

(3) Parso, Roman, Portal Internet: vade-mecum. Paris, edition sms. collection partiquesd entepries, 2002, p. 13.

(4) Benard, Jean- Louis, protails d'entre parise: conception et mise en oeurre, Paris hemes science publixations. 2000, p. 25.

(5) محمد عارف، مشروع بوابة الإنترنت العربية للعلوم والتكنولوجيا، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21 نيسان 2001.

(6) عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، مصدر سابق، ص116.

(7) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص80.

(8) عبد الرحمن فراج، البوابات ودورها في الإفادة من المعلومات المتاحة على الإنترنت، متاح على الإنترنت في http://information.gov.sa/magazine/modules .
تاريخ الوصول 27/ 2/ 2007

(9) عبد الرحمن فراج، البوابات ودورها في الإفادة من المعلومات المتاحة في الإنترنت، مصدر سابق.

(10) عماد بشير، بوابات الويب، مقال قيد النشر، الجامعة اللبنانية، بيروت، أُرسِل إلى الباحثة عن طريق البريد الإلكتروني 2008.

(11) عباس مصطفى، الإنترنت والبحث العلمي، مصدر سابق، ص117.

(12) سعود صالح الكاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مصدر سابق، ص112.

(13) عماد بشير، بوابات الويب، مصدر سابق،Email

(14) عماد بشير، المصدر السابق،Email

(15) عماد بشير، المصدر السابق ,Email

(*) تقنياً تعدُّ البوبيات جزيء إنترنت، يمكن إعادة استعماله، تقوم المواقع بتصميم البوبيات ومن ثمَّ تحديث المعلومات فيها يومياً، عادة ما تكون الواجهة مرتبطة بقاعدة تعكس المعلومات الحديثة على الواجهة أول بأول.

(16) عن بوابات الإنترنت مقال منشور بتأريخ 24 نيسان/ 2002 متاح على الإنترنت في http://www.internet101.org/portal.html تأريخ الوصول: 18/ 12/ 2007.

(17) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص80.

(18) subject gatways and portals, available on http:// hylife. unn.ac .uk/ took/ dateportgatport. Html-accessed at 22-5-2007.

(19) kenzie, walter. New approaches and new tools for connection, vol: 21, no. 4, web searching library media, Jane 2003.

(20) سعود صالح الكاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مصدر سابق، ص110.

(21) عمرو سعيد، بوابات شبكة الإنترنت، ماهيتها، أنواعها، فئاتها، مجلة العربية، متاح على الإنترنت في: . http://www.arabcin.net/arabiaa11/3-2005/2.html
تاريخ الوصول: 2/ 3/ 2008.

(*) بالنسبة لمحرك البحث، يقوم المستفيد بإجراء بحثه عن طريق محرك البحث الذي يقوم بدوره بالتعامل مع طلب المستفيد والبحث عنه وإعطائه نتيجة البحث، أما بالنسبة للدليل، فإن المستفيد ليس بحاجة لإجراء طلب بحث وذلك لان الدليل يقوم بتجميع المواقع على الإنترنت وتصنيفها وترتيبها في قوائم وفقاً لموضوعات معينة يتم عرضها مباشرة على البوابة.

(22) عمرو سعيد، بوابات شبكة الإنترنت، ماهيتها، أنواعها، فئاتها، المصدر السابق، .URL

(23) كين سوجاتس، ديفيد روبينز، بوابات الويب، التأريخ والتوجيه، مصدر سابق، URL

(*) الإنترانت: شبكة مترابطة تستخدم برتوكول (TCP/IP) مملوكة لهيئة أو مؤسسة،

تستخدم تقنيات الإنترنت المختلفة مثل المتصفحات (Web browsers) وخدمات الويب (Web servers) في التعامل مع المعلومات وإنجاز مهام العمل داخل المؤسسة، ويمكن استخدام تقنيات تصميم الصفحات الخاصة بالإنترنت لعمل الوثائق والمستندات وخطابات العمل الخاصة بالشركة وتبادلها بين العاملين عن طريق تصفحها من على الخادم الرئيس لموقع الشركة أو المؤسسة.

(**) الإكسترانت: عبارة عن شبكات أو خدمات شبكية متشابهة تفصل بينها حدود دقيقة وديناميكية تتغير معيارتها من يوم لآخر استناداً إلى ما يستجد في العالم التقني المعاصر، وهي شبكة مكونة من مجموعة من شبكات انترانت تربط عن طريق الإنترنت، وهي الشبكة التي تربط شبكات الانترانت الخاصة بالمتعاملين والشركاء ومراكز الأبحاث التي تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد أو تجمعهم مركزية التخطيط وتؤمن لهم تبادل المعلومات دون المساس بخصوصية الإنترانت المحلية لكل شركة.

(24) عمرو سعيد، بوابات شبكة الإنترنت، مصدر سابق،URL

(25) Parso Roman, Portal Internet, op.cit., p. 42.

(*) هذه الأيقونة تتيح لكل مستفيد سبلاً متعددة لتحديد شكل البوابة الشخصية فضلاً عن تحديد العناصر المكونة لهذه البوابة وموقعها، كما تقدم أيضاً للمستفيد إمكانية اختيار ألوان عناصر البوابة فضلاً عن تصميم شكل البوابة، فعلى سبيل المثال يمكن للمستفيد أن يضع مباشرة النشرة الجوية لمدينته مباشرة على البوابة وكذلك الموضوعات التي تدخل في نطاق اهتماماته فضلاً عن إمكانية الوصول المباشر إلى البريد الإلكتروني عن طريق البوابة الشخصية، كما يمكن للمستفيد أيضاً التعديل الدائم في شكل وتصميم ومحتوى بوابته الشخصية بالإضافة أو بالحذف تبعاً لاحتياجاته الشخصية.

(26) عمرو سعيد، بوابات شبكة الإنترنت، مصدر سابق، URL.

(27) الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مصدر سابق، ص101.

(28) عماد بشير، خدمات المعلومات الصحفية على الإنترنت، مصدر سابق، URL.

(29) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص207.

(30) أسامة محمود الشريف، مستقبل الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية مصدر سابق، ص69.

(31) محمود خليل، الصحافة الإلكترونية، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، (القاهرة، - العربي للنشر والتوزيع، 1997)، ص33.

(32) أسامة محمود الشريف، مستقبل الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص70.

(33) لقاء مكي، الصحافة الإلكترونية، دراسة في الأسس وآفاق المستقبل، مصدر سابق، URL.

(34) سعود صالح الكاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مصدر سابق، ص113.

(*) متابعة الباحثة لعدد من البوابات الإلكترونية في أثناء مدة الدراسة.

(35) عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، مصدر سابق، ص93.

(36) فهد ناصر الحمود، المواقع والبوابات الإلكترونية، جريدة الرياض، العدد 14614، السعودية، السبت 28/ آذار/ 2004.

(37) عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، مصدر سابق، ص118.

(38) كين سوجاتس، ديفيد روبينز، بوابات الويب، التأريخ والتوجيه، مصدر سابق، URL.

(39) شركة ياهو المتحدة، متاح على الإنترنت في موسوعة ويكبيديا www.wekpedia.com تأريخ الوصول: 5/ 8/ 2008.

(*) الحكومة الإلكترونية: يعد شكلاً من أشكال الأعمال الإلكترونية (E-business) الذي يشير إلى العمليات والهياكل التي تتفق مع إمداد الخدمة الإلكترونية للمواطنين ومؤسسات الأعمال على حد سواء.

(40) عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، مصدر سابق، ص120.

(41) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، مصدر سابق، ص 201.

(42) عماد بشير، بوابات الويب، مصدر سابق.

(43) فهد ناصر الحمود، المواقع والبوابات الإلكترونية، مصدر سابق.

(*) ملاحظات سجلتها الباحثة في أثناء مدة الدراسة.

(44) عماد بشير، خدمات المعلومات الصحفية، مصدر سابق،URL.

(45) أسامة محمود الشريف، الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص71.

(46) عماد بشير، خدمات المعلومات الصحفية، مصدر سابق،URL.

(47) جمال محمد غيطاس، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص32.

(48) عزيزة عبدة، الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص76.

(49) الطيب الجويلي، البث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام العربي، (بيروت، ادار المسيرة للنشر والتوزيع، 1991)، ص25.

(50) سمر كرامي، الصحافة النسائية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص32.

(51) عصام سليمان الموسى، المدخل في الإتصال الجماهيري، (عمان، الكتاني للنشر والتوزيع، 2003)، ص132.

(52) لمزيد من التفاصيل يُنظر:

Lasswell Hrold D., The structure and function of communication on society, in the process and effects of mass communication. Wilbur Schramm and Donald, Robert, eds. Urbana: university of Illinois press, p. 85; Lazarfeld P. E. & Mertain R. K., mass communication popular taste and organized action In W: Schramn (ed) mass communication Urbana university of IIIionsts press, 1960.p79.

صالح خليل أبو إصبع، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1990)، ص164-167.

(53) نسيم الخوري، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005)ص80، ص80.

(54) عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية لبحوث الإتصال، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2002)، ص53.

(55) مي العبد الله، الإتصال في عصر العولمة، مصدر سابق، ص48.

(56) حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص74.

(57) Michel. Souchon, diffusion de linformation, et rapports d'autorite's, Paris: Etudes. 1970.

نقلاً عن: نسيم الخوري، الإعلام العربي وإنهيار السلطات اللغوية، مصدر سابق، ص81.

(58) ملفين ديفلير وساندرا روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، مصدر سابق، ص372.

(59) عزيزة عبدة، الإعلام السياسي والرأي العام، مصدر سابق، ص78.

(60) يمكن زيارة الموقع على العنوان الإلكتروني: www.free.fr .

(61) فؤادة عبد المنعم، الإتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الإتصال، مصدر سابق، ص12.

(62) نسيم الخوري، الإعلام العربي وإنهيار السلطات اللغوية، مصدر سابق، ص 79.

(63) فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، مصدر سابق، ص 33-34.

(64) محمد جاسم فلحي، نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري، محاضرات منشورة على موقع الأكاديمية العربية المفتوحة، متاح على الإنترنت في http://www.acadimy.net، تأريخ الوصول 19/12/2007 .

(65) فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، مصدر سابق، ص34.

(66) عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، مصدر سابق، ص76.

(67) محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1994)، ص33.

(68) حمدي حسن أبو العينين، وظائف الإتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1994)، ص43.

(69) ملفين ديفلير وساندرا روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، مصدر سابق، ص326.

(70) يحيى اليحياوي، في العولمة والتكنولوجيا والثقافة، مصدر سابق، ص32.

(71) عبد الرحمن العناد، العلاقة بين مستوى المعرفة السياسية واستخدام وسائل الإعلام،

مصادر الأخبار والمعلومات، مجلة أبحاث اليرموك للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد السابع، العدد الرابع، عمان، 1999. ص44

(72) إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام والمجتمع، مصدر سابق، ص118.

(73) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، مصدر سابق، ص37.

(74) حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص70.

(75) حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، مصدر سابق، ص36.

(76) عدنان أبو السعد، تطور الخبر وأساليب تحريره في الصحافة العراقية منذ نشأتها حتى سنة 1917، (بغداد، دائرة الشؤون الثقافية والنشر، 1983)، ص33.

(77) أديب خضور، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، الصحافة العربية ... قرن يأتي... قرن يمضي، (دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، 2000)، ص95.

(78) محمود سليمان علم الدين، الفن الصحفي، مصدر سابق، ص51.

(79) حمدي حسن أبو العينين، وظائف الإتصال الجماهيري، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصدر سابق، ص34.

(80) محمود سليمان علم الدين، الفن الصحفي، مصدر سابق، ص51.

(81) حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال، مصدر سابق، ص320-321.

(82) نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، مصدر سابق، ص143.

(*) متابعة الباحثة لعدد من المواقع والبوابات الإلكترونية في أثناء مدة الدراسة.

(83) نصر الدين لعياضي، المصدر السابق، ص143.

(84) نسيم الخوري، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مصدر سابق، ص436.

(85) محمد سعيد أحمد إبراهيم، الاتجاهات الحديثة في دراسة القائم بالإتصال، المجلة

المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج8، ع 2، القاهرة، نيسان 2007، ص83.

(86) حسام عبد القادر، عالم الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، URL.

(*) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية في أثناء مدة الدراسة.

(87) حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني، مصدر سابق، ص40.

(*) متابعة الباحثة لعدد من المواقع الإلكترونية في أثناء مدة الدراسة.

(88) حسني محمد نصر، وسناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، مصر سابق، ص35.

(89) السيد بخيت، الصحافة والإنترنت، مصدر سابق، ص78.

(90) شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع، مصدر سابق، ص ص29–30.

(91) الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مصدر سابق، ص104.

(92) ديبرا بوتر، الصحافة المستقلة، مصدر سابق، ص15.

(93) دراسة أجراها ستيفن روس الأستاذ المشارك في جامعة كولومبيا بعنوان (وسائل الإعلام في العصر الحديث)، نقلاً عن: ديبرا بوتر، الصحافة المستقلة، مصدر سابق، ص17.

(94) كارول ريتش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، مصدر سابق، ص49–50.

(95) الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، مصدر سابق، ص104.

(96) السيد بخيت، الصحافة والإنترنت، مصدر سابق، ص ص27–29.

(97) لمزيد من التفاصيل يُنظرُ: نصر الدين لعياضي، إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، مصدر سابق.

(98) Jonathan Dube, Writing News Online, available: http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=41309, accessed at 18/March/2008.

(99) كارول ريتش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، مصدر سابق، ص203.

(100) Barb Palser, we have only just begun: now a firmly entrenched par of the

media land space, online journalism is poised to confront the next generation of challenges, Amercan journalism. Review nov 2002, vo: 24, pp. 30-40.

(101) نجوى عبد السلام، الأساليب الحديثة في تحرير الخبر الصحفي في الدول المتقدمة، مقدم إلى اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، تشرين الثاني 1999، ص26.

(102) نصر الدين لعياضي، إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999)، ص61.

(*) الصحافة الإلكترونية: كتعبير أو مصطلح يأتي ترجمته لأكثر من تعبير في الكتابات الأجنبية مثل (Electronic paper) (Electronic edition) (Online journalist) (virtual news paper) ينظر: فايز عبدالله الشهري، الصحافة الإلكترونية العربية على شبكة الإنترنت، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة شيفيلد المملكة المتحدة، 1999، ص118؛ عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص79.

(103) أحمد بدر، الصحافة الكونية، دراسات في الإعلام والإتصال الدولي، (القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2007)، ص193.

(104) فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، مصدر سابق، ص504.

(105) عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة في الصحافة العربية في الإنترنت، مصدر سابق، ص14.

(106) J. D. Lasica, what is participatory journalism? available on http://www.ojr.org/ojr/workplace/106021>106.php>accessed,, accessed at 3/8/2008.

(107) عباس مصطفى صادق، مصدر سابق، ص15.

(108) أديب خضور، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، مصدر سابق، ص123.

(109) عبد الله زلطة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2003)، ص195.

(110) فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، مصدر سابق، ص387.

(111) هاشم حسن جاسم، القيم الإخبارية في الصحافة العراقية، دراسة تحليلية للقيم

الإخبارية في الصحافة العراقية، 1869-1988، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب، 1996.

(112) عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1999)، ص52.

(113) وريدة ملياني، عوامل تشكيل القيم الإخبارية في تلفزيون قناة أبو ظبي، دراسة حالة النشرات الإخبارية، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الإتصال والمجتمع الخليجي، الواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس، 22-24 نيسان 2007، ص18-19؛ نقلاً عن حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، مصدر سابق، ص77.

(114) كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الأخبار، ترجمة أديب خضور، (دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، 2000)، ص37.

(115) نصر الدين لعياضي، تكوين الصحفيين بين المطلبين التقني والفكري، مصدر سابق، ص11.

(116) عباس مصطفى، صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص 135.

(117) السيد بخيت، الإنترنت وسيلة إتصال جديدة، مصدر سابق، ص136.

(118) نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، مصدر سابق، ص276.

(119) نصر الدين لعياضي، تكوين الصحفيين بين المطلبين التقني والفكري، مصدر سابق، ص9.

(120) نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، مصدر سابق، ص128.

الفصل الرابع

الدراسة التحليلية

- المبحث الأول: مجتمع الدراسة
  1- بوابة نسيج الإلكترونية
  2- بوابة محيط الإلكترونية
  3- بوابة البوابة الإلكترونية
- المبحث الثاني: الدراسة التحليلية
- المبحث الثالث: نتائج التحليل النوعي للدراسة

الفصل الرابع

الدراسة التحليلية

المبحث الأول

مجتمع الدراسة

1- بوابة نسيج الإلكترونية

2- بوابة محيط الإلكترونية

3- بوابة البوابة الإلكترونية

لقد تشكلت شركات لم تكن سوى مواقع على الشبكة العالمية تعمل في مجال الصحافة والإعلام، وعُرِفتْ باسم البوابات الإلكترونية الإعلامية الشاملة، وتخصصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والمحادثات والنشرات البريدية الإلكترونية وخدمات البحث في الأرشيف، وحالياً تجسد هذه البوابات أنموذجاً للصحافة الإلكترونية الصرفة التي تمارس عملها بالكامل عبر الإنترنت دون أن تكون لها أية نسخ مطبوعة، الأمر الذي يجعل منها مدخلاً جيداً

وغنياً يمكن الاقتراب منه وفقاً للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث والتنوع في الخدمات والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه.

(1) بوابة نسيج الإلكترونية

وهي بوابة إلكترونية تصدر في المملكة العربية السعودية؛ إذ انطلقت كبوابة إلكترونية في العام 1997 وهي تابعة لشركة النُظُم العربية المتطورة ناشرها ورئيس مجلس إدارتها محمد بن عدوان ورئيس تحريرها السيد محمود شاهين، وموقع البوابة على الإنترنت www.naseej.com[1].

أنشأتْ لغرض تقديم خدمة معلوماتية حديثة ومتطورة تقوم على خدمة العرب في أية منطقة في العالم، ومنذ البدء الرسمي لخدماتها في آذار 1997، ونسيج تسعى لتحقيق الأهداف التي وضعها القائمون عليها، وهي الإسهام في تطوير صناعة المعلومات العربية والرُقيّ بها بما يمكنها من الإسهام في دعم عجلة التنمية والمحافظة على تنمية المكتسبات الدينية والثقافية لأبنائها، وتفعيل الطاقات الكاملة في الممتلكات الفكرية المتاحة لاستثمارها اقتصادياً، وثقافياً[2].

يقول السيد محمود شاهين رئيس تحرير نسيج[3]: واعتمدت نسيج منذ انطلاقها استخدام اللغة العربية على أنها اللغة الرئيسة في جميع ما تقدمه من خدمات وهي أول موقع بوابة تستخدم النصوص العربية للنشر على الإنترنت، كما أن نسيج أول موقع يوفر خدمة البريد الإلكتروني ثنائي اللغة (عربي، إنكليزي).

ويضيف رئيس تحرير بوابة نسيج قائلاً: بدأت نسيج مشوارها كشبكة معلوماتية عربية، وقد بذلت جهوداً في البداية إذ كانت البيئة في السعودية غير ملائمة للاستثمار في هذه الصناعة، من حيث ضعف البنية التحتية وعدم وجود براجيات تدعم اللغة العربية[4].

وقد وظفت نسيج استثمارات كبيرة للتغلب على مشكلات البنية التحتية وتطوير التطبيقات العربية لتلائم المستخدمين في السعودية، فقد تمكنت من تطوير مجموعة من التطبيقات والخدمات المعلوماتية والتي ليست متوافرة إلا في كُبريات البوابات العالمية، إذ طورت نسيج في العام 1998، أول نظام نشر ديناميكي باللغة العربية على الإنترنت وأول بريد إلكتروني ثنائي اللغة يعتمد النصوص العربية لكتابة الرسائل ثم أعقبتها مجموعة من الخدمات مثل الدليل ونداء نسيج ونسيجي ونسيجها وبطاقات التهنئة وغيرها.

واستمرت نسيج في عملية تطوير بوابتها وصاحب ذلك أيضاً التركيز على تطوير محتوى البوابة وخدماتها إذ تم إتخاذ مجموعة من الخطوات التي من شأنها تحسين نوعية وزيادة كمية المعلومات التي تقدمها لزوارها.

وكان لهذه الجهود التي قامت بها نسيج أن تثمر في توعية وتدريب كثير من المواطنين السعوديين على التعامل مع خدمات الإنترنت، قبل دخول الإنترنت إلى السعودية.

لذا فلن يجد الزائر لبوابة نسيج أية مقالات مبتذلة أو خدمات ترفيهية لا تراعي قيمنا الأخلاقية، لان نسيج لا ترعى نقاشات غير واعية أو تسمح لأي فرد أو جهة بنشر الإشاعات، أو الأفكار الهدامة عن طريق منابرها.

وهذه الثقافة يعتز بها كل العاملين في نسيج ويتم التعبير عنها عن طريق طبيعة الخدمات التي نقدمها (والتي نمتنع عن تقديمها) فضلاً عن لقاءاتنا مع الجمهور الذي يتعامل مع نسيج[5].

واليوم توفر نسيج مجموعة من الخدمات المعلوماتية والتطبيقات الجيدة التي تجعل منها بوابة عربية كبرى يقصدها العديد من الزوار سواء لاستخدام التطبيقات التي تقدمها أو تصفح الخدمات والمعلومات التي توفرها أو الوصول إلى مواقع أخرى، عن طريق دليل نسيج والذي يُمَثِلُ دليلاً وطنياً ينبع من هويتنا ومعتقداتنا

وثقافتنا ويُسْهِمُ في توفير خدمات إلكترونية لمستخدمي الإنترنت السعوديين والعرب بشكل عام.

وتضم بوابة نسيج أحدث تقنيات التفاعل والأقلمة، فضلاً عن سلسلة من البرمجيات الحديثة المصممة لتعطي بوابة نسيج القدرة على التعامل مع جميع الأنظمة الحاوية للمعلومات سواء كانت داخل البوابة أو من مصادر خارجية، وعرضها بطريقة تفاعلية ومؤقلمة بحسب طبيعة مستخدمي البوابة [6].

شمولية المحتوى:

وتحتوي بوابة نسيج على خدمات شاملة تغطي أغلب الاهتمامات وهي موزعة على صفحات بوابة نسيج المختلفة كما يلي [7]:

1- الأخبار: وتشمل الجوانب السياسية والاقتصادية والتقنية والطبية والسياحية والثقافية.. الخ، مع خدمة الأخبار العاجلة وتحديث الأخبار على مدار الساعة.

2- الرياضة: توفر تغطية شاملة الفعاليات والبطولات الرياضية، والأحداث الرياضية كافة.

3- نسيجها: بوابة المرأة العربية على الإنترنت، وهي مصممة لخدمة المرأة العربية المحافظة (المرأة السعودية خصوصاً) وتضم أخبار التجميل والأزياء والصحة والأخبار النسائية العامة والنصائح الإرشادية وفنون الطبخ الصحي.. الخ.

4- الإسلامية: تحتوي على أخبار يومية ذات بعد إسلامي، وخدمات عديدة مثل أوقات الصلاة والقرآن والمجلات الإسلامية ودليل المواقع الإسلامية وتوفر تغطيات متميزة للأحداث المهمة كموسم الحج ورمضان.. الخ.

5- دليل نسيج: أكبر دليل عربي مُصَنفْ على شبكة الإنترنت، وهو بوابة للعديد من مستخدمي الإنترنت العرب للوصول بدقة لما يبحثون.

6- مهارات: قسم خاص بالمهارات أو النصائح الشخصية التي يحتاج المستخدم إليها لتطوير مهاراته العملية والحياتية وسلوكياته بشكل عام.

وعن الهيكل الإداري والتنظيمي والتحريري لنسيج يقول السيد محمود شاهين[8]: يمكن القول أنه متداخل ومنفصل في الوقت نفسه مع الهيكل الإداري والتنظيمي لشركة النُظُم العربية المتطورة (المالكة لنسيج)، لذلك فإن الأقسام الفنية التي تطور أعمال نسيج بالكامل هي جزء من الشركة الأم، مع انفصال بعض الجزئيات المحدودة فيما يتعلق بالتطوير والتصميم، أما بالنسبة للهيكل التحريري فيوجد في نسيج رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير، وطاقم تحرير يعمل في الرياض والقاهرة ودبي، إلى جانب بعض المراسلين.

وعن عدد الصحفيين ومؤهلاتهم العلمية فيجيب بالقول: عدد الصحفيين (12) صحفياً يتم اختيارهم بناء على كفاءتهم وتخصصهم في مجال عملهم الصحفي إلى جانب الخبرة في التحرير الإلكتروني.

ويضيف: أما التنسيق بين رئاسة التحرير وهيئة التحرير في الموقع فيتم على نحو يومي وبالتواصل عبر الإيميل أو بالهاتف في حال تطلب الأمر ذلك. وفيما يتعلق بالمستوى الاحترافي والفني. فعلى الرغم من قلة الكادر الصحفي في بوابة نسيج، إلا أنه يبدو عنصر الاحتراف الإعلامي والصحفي هو الأساس، لاختيار العاملين في المجال الصحفي فيها، فقد أكد السيد محمود شاهين على حرص البوابة على اختيار الكوادر المؤهلة علمياً ومهنياً لأداء العمل على نحو احترافي، إذ يرى أنه ليس بالضرورة أن يكون الصحفي دارساً للإعلام بقدر ما يكون ممارساً محترفاً له، وكثير من الصحفيين والإعلاميين خريجي كليات أخرى غير الإعلام، لذلك تحرص على اختيار الكوادر المؤهلة مع أخذ عنصر الدراسة الأكاديمية في الاعتبار[9].

ومنذ أنطلق موقع نسيج وهو في حالة استقرار بفضل نخبة من العاملين المؤهلين سواء المبرمجين أو الصحفيين الذين يعملون في بيئة عمل احترافية تملك آليات التقويم السليمة التي تحقق الاستقرار وتثير الحافز للعمل والتطوير باستمرار[10].

أصالة الهدف وأصالة المعلومة:

الإستراتيجية العامة لبوابة نسيج في إعداد المحتوى تقوم على بُعدين رئيسين وهما [11]:

أولاً: بالنسبة للهدف العام الذي تسعى لتحقيقه فهو خدمة المستخدم العربي بشكل عام وانطلاقاً من المبادئ والقيم الإسلامية والعربية الأصيلة، وينعكس ذلك بوضوح في معايير الجودة التي تحكم اختيار وإعداد ونشر المحتوى الذي يتم على مراحل تبدأ بالإعداد واختيار المصادر ومروراً بالمراجعة والتدقيق ووصولاً إلى مرحلة النشر النهائية كما تطبق نسيج المعايير نفسها على الإعلانات التي تنشر على الموقع؛ إذ لا تسمح بنشر إعلان يحتوي فكرة تتعارض مع قيم الموقع ومنطلقاته الرئيسة.

وتتم كل هذه المراحل وفق آلية تقنية واضحة تحدد الصلاحيات ودرجاتها ابتداءً من المحرر الذي يعد المادة الأصلية ومروراً بالمدققين اللغويين ثم المحرر المدقق وصولاً إلى مسؤول الموقع الذي يلعب دور الـ (Gate Keeper) الذي يتولى المراجعة النهائية وإجازة النشر أو منعه.

ثانياً: أصالة المعلومة: تحرص بوابة نسيج على استقاء معلوماتها من مصادر موثوقة ومعتمدة، ولذلك فهي تتعاون مع مصادر خاصة تزودها بالمعلومات، والتي تضم إلى جانب وكالات الأنباء العالمية والمحلية، مكاتب في كل من القاهرة ودبي.

أما الخصائص الفنية للبوابة ولاسيما ما يتعلق بالتصميم الفني والتقني للموقع فإنه يتسم بـ: [12]

1- سهولة استخدام العمل وتصفحه:

يتميز تصميم موقع نسيج بالسهولة التامة في التصفح ضماناً لوصول المستخدم لغايته بأقل جهد ممكن. وقد تطلب ذلك إجراء دراسات معمقة وطويلة لتصميم موقع نسيج من عدة جوانب تشمل:

أ- علاقة المستخدم بشاشة الكمبيوتر وكيفية تعامله معها.

ب- اهتمامات وعادات المستخدم ومدى تأثيرها في تصفح أي موقع.

ج- أحدث التطبيقات الاحترافية التي تسهل على المستخدم تصفح الموقع دون عوائق.

د- سرعة تصفح الموقع عن طريق أكثر من متصفح وفي مدى قياسي.

هـ- توزيع الخدمات بشكل يسهل الوصول لها دون عناء.

و- اختيار (الفونت) واللون المناسبين لكل خدمة من خدمات الموقع.

ز- تمدد التصميم دون حدوث أية مشكلة عند التصفح.

وقد قامت نسيج بتنفيذ عدد كبير من الإستبيانات لزوار البوابة حول التصاميم الجديدة وأخذ ملاحظاتهم واقتراحاتهم.

2- جاذبية التصميم واستخدام القيم المضافة عن طريق التفاعلية والوسائط المتعددة:

التصميم:

روعي في تصميم موقع نسيج استخدام ألوان محدودة وتوظيفها بعناية تامة بما يخدم المضمون وبشكل احترافي غاية في الدقة والكفاءة، وقد انعكست كفاءة التصميم واعتماديته في استيعاب مختلف الخدمات في سهولة تغذية وتطوير الموقع بالخدمات الجديدة والقوالب الجديدة بسلاسة وسرعة كما يراعي الموقع طبيعة خدمات الإنترنت في المنطقة من حيث تقليل الحجم واستخدام النصوص ما أمكن لضمان سرعة التصفح وكذلك الأخذ في الاعتبار اختلاف المتصفح وأبعاد العرض (Resolution).

أنواع الخدمات[13]:

يتوفر في موقع نسيج العديد من التطبيقات التفاعلية التي تشمل:

أ- نظام البريد الإلكتروني.

ب- نظام الحوار.

ج- نظام المنتديات.

وغيرها من التطبيقات التفاعلية التي تتوافق مع أحدث ما تم تطويره على الساحة العالمية مثل:

أ - خدمة بطاقات التهنئة الإلكترونية.

ب- خدمة أحوال الطقس.

ج- خدمة أوقات الصلاة.

د- المفكرة الشخصية.

هـ- خدمات التهيئة الشخصية (Personalization).

الجودة الحرفية (التقنية):

تعتمد بوابة نسيج على عدة عوامل لبقائها قوية قادرة على مواجهة العديد من الصعوبات والمشكلات التقنية، ومن أهم هذه العوامل التي تم تطويرها وتحسينها على مدى عدة سنوات [14]:

أولا: البنية التحتية للبوابة:

تتكون البنية التحتية لبوابة نسيج من الشبكة والخادمات وأدوات الاستضافة والأمن والمراقبة الدائمة للموقع والأجهزة متعددة المهام، والجدير ذكره أن بوابة نسيج لم تتعرض على الرغم من كونها هدفاً للكثير من المحاولات لأي اختراق أو تعطل أو تسرب معلومات طيلة سنوات عمرها العشر.

ثانيا: النظم والتطبيقات:

وتشمل مجموعة من التطبيقات المتطورة التي طورتها ودمجتها (Integrated) نسيج في أثناء السنوات الماضية التي تضاهي أحدث تقنيات النشر على الإنترنت ومنها التطبيقات الرئيسة التالية:

1- نظام النشر الإلكتروني وإدارة المحتوى
(Naseej Content Management System) سلطان

نظام النشر الديناميكي على البوابة يُمَكِن المسؤولين على موقع بوابة نسيج من التحكم بكمية ونوع الأخبار التي يتم بثها في الموقع وصفحاته المختلفة، الذي يُتيحُ مرونة كبيرة في إنشاء المادة (سواء من قبل المحررين، والمتعاونين من أي مكان على الإنترنت، أو بالتغذية المباشرة من مصادر المعلومات أو التحميل الجماعي الآلي للمعلومات(Batch loading) كما يُتيحُ تصنيفات غير محددة للمادة وإمكانات بحث قوية لأية مادة، كما يُتيحُ إنشاء مكتبات ضخمة للصور والمواد التفاعلية وتصنيفها وعرضها بأشكال مختلفة، وينقسم نظام النشر إلى أربعة أقسام وهي:

الأخبار المنشورة في الموقع

- يجد مستخدم الموقع أكثر من تصنيف للموقع.
- عرض لعناوين الأخبار مرفقة مع الصور.
- البحث النصي في الموقع في كل محتوى الأخبار.

المحررون:

- يستطيع المحرر الدخول إلى النظام عبر مُعَرف وكلمة سر.
- إمكانية إدخال عنوان النص ونص مختصر ونص مفصل.

ومرفقات إذا وجدتْ وتصنيف الخبر جغرافياً وموضوعياً.

- يستطيع المشرف الدخول إلى النظام عبر معرف وكلمة سر.
- إمكانية الإطلاع على الأخبار المدخلة من قبل المدخلين وإعتمادها أو تعدليها أو حذفها.
- إمكانية إدخال الأخبار تلقائياً إلى الموقع.

المشرف الرئيس لنظام النشر:

- يستطيع المشرف الرئيس الدخول إلى النظام عبر مُعَرف وكلمة سر.

- إعطاء صلاحيات الإدخال أو الإشراف إلى أي مشترك.
- إمكانية إنشاء أو حذف تصنيف إخباري جديد.
- إمكانية إنشاء أو حذف أبواب تحت تصنيف معين.
- إمكانية تعديل الشكل الفني لصفحات الأخبار.

2- نظام إدارة المشتركين (Subscriber management system):

وهو النظام الموحد للتحكم في صلاحيات المستخدمين وتدقيق دخولهم إلى النظام لأية خدمة في البوابة، ونظام إدارة المشتركين هو بمثابة الأرضية التي عن طريقها يتم ربط جميع أجزاء البوابة، فهو نظام متكامل يتم بناؤه حسب متطلبات البوابة، وعن طريقه يتاح للمستخدم الدخول إلى أية خدمة في البوابة مثل البريد الإلكتروني والمنتديات والمفكرة وغيرها من الخدمات التي تحتاج إلى التعرف على المستخدم.

ولعل أهم ما يميز هذا النظام هو إمكانية التحكم بصلاحيات دخول المستخدمين وإفادتهم من خدمات البوابة كل حسب أهميته للبوابة نفسها.

3- التخصيص (Personalization):

نظام متقدم في نسيج يُمَكِنُ زوار البوابة من تحديد المادة التي يرغبون عرضها وكيفية عرضها في صفحاتهم الخاصة.

ويتميز النظام بمرونته العالية على عرض المادة بأي ترتيب أو شكل وقدرته على الارتباط بأي مصدر معلومات، مع المحافظة على صلاحيات الوصول إلى المواد التي تُتَاح للمستخدمين بحسب ما هو معروف في النظام، ومن أهم عوامل الجودة التقنية والتي تحدد مدى تطور العمل في بوابة نسيج هي خاصية التخصيص أو الخاصية التي يتمكن من خلالها المستخدم من تخصيص المحتوى والخدمات التي تقدمها نسيج بما يتلاءم مع متطلباته الخاصة.

إن موقع نسيج يقدم الأخبار العربية والعالمية، ولديه شريحة كبيرة من المستخدمين

من مختلف البلدان العربية، بلغت 17 مليون مستخدم شهرياً، فإن نظام التخصيص المتاح لديه يُمَكِّن الزائر من تحديد نوع الأخبار التي يرغب في مشاهدتها وعدد عنوانيها ووقت ظهورها وهكذا، فنظام التخصيص يوفر للزائر الخصوصية الكاملة.

ضبط جودة المحتوى:

حرفية تطوير المحتوى وإتباع قواعد ضبط الجودة وأدوات التصنيف والفهرسة وآليات ضبط الجودة في المادة وملاءمتها والنصوص هذا فضلاً عن الرقابة على الخدمات التفاعلية وضبطها بحيث لا يحدث خروج عن الأطر المسموح بها.

(2) بوابة محيط الإلكترونية

وهي بوابة إلكترونية تصدر من القاهرة حيث مكتب التحرير الرئيس، وقد بدأت منذ العام 1998، وهي وليدة أفكار رجل الأعمال والإعلامي البارز (محمد عليوة) مؤسس المجموعة المتحدة للبرامجيات.

وموقع البوابة على الإنترنت www.moheet.com وتُعَدُّ «محيط» المملوكة من قبل «آرابيا إنفورم» أحدى شركات (المجموعة المتحدة للبرمجيات)، البوابة الرئيسة الرائدة في الوطن العربي على الإنترنت، وتقدم خدماتها باللغة العربية.

ويقع مقرها الرئيس في مدينة دبي للإعلام بالإمارات العربية المتحدة، بينما يعمل مكتب التحرير والتقنية انطلاقا من العاصمة المصرية القاهرة، ويعتزم الموقع التوسع في سلسلة مكاتبه في جميع أنحاء المنطقة بما يتماشى مع نمو أعماله [15].

وعن الهدف من إنشائها يقول السيد عامر عبد المنعم رئيس التحرير[16]: كان الغرض منها إنشاء موقع إخباري عربي يتابع الأحداث لحظة بلحظة، ويكون هو الموقع المفضل للمستخدمين العرب لمتابعة ما يجري في العالم.

ويضيف أيضاً: استقلالية «محيط» منذ اليوم الأول لتشغيلها أكسبها ثقة القارئ

العربي وإحترامه كما أن المصداقية في التعامل مع الأحداث والسرعة في نقل الأخبار فور وقوع الحدث جعل من «محيط» مصدراً أساسياً لمعرفة مستجدات الأخبار أول بأول لاسيما في حالة الأحداث الكبرى على مستوى العالم والمنطقة.

تعمل «محيط» وفق آليات ومحاور ونُظُم للتغطية فعلى المستوى الموضوعي تقدم «محيط» أربعة عشر محوراً تغطي الاهتمامات العامة أو الموجهة لفئات وتجمعات بعينها، أما على المستوى الجغرافي فتتميز «محيط» بتغطيتها للأحداث الإقليمية والمحلية جنباً إلى جنب مع الأحداث العالمية وذلك على خلاف وكالات الأنباء التي غالباً ما تُرَكِّز على الأخبار العالمية دون النظر بعين الاعتبار لأهمية الأخبار الأخرى للقارئ العربي.

ومحيط كأية مؤسسة إعلامية تضم رئيس تحرير وأقساماً تحريرية وأخرى فنية، ويتكون الهيكل الإداري والتحريري من مكاتب البوابة وأقسامها ولا يوجد مجلس إدارة لأن الموقع يتبع لشركة خاصة ورئيس الشركة هو رئيس مجلس الإدارة وعن عدد الصحفيين والمحررين والفنيين العاملين في البوابة أجاب بالقول: يضم الموقع (70) محرراً وفنياً منهم (50) محرراً ومعظمهم خريجو إعلام وصحفيون محترفون[17].

أما فيما يتعلق بالكيفية التي يتم فيها التنسيق بين رئاسة التحرير وعمل هيئة التحرير فإنها تتم عن طريق الاجتماعات اليومية، سواء لمجلس التحرير الذي يضم رؤساء الأقسام، أو الأقسام الفنية والإدارية الأخرى.

وعن المستوى الاحترافي والفني للعاملين في المجال الصحفي فقد قام «محيط» بتشكيل فريق تحرير يتمتع بالخبرة الواسعة ويحظى بدعم إستراتيجي من شريحة واسعة من القراء والمستخدمين العرب الموزعين على القارات الخمس، علماً أن كل الصحفيين ممن كانوا يعملون في الصحافة، إذ تحرص محيط على عنصر الاحتراف الصحفي [18].

ويقدم الموقع خدماته لمستخدمي شبكة الإنترنت العرب بالدرجة الأولى، ولكل المهتمين بالعالم العربي من مستخدمي الإنترنت.

وفي «محيط» يتم التعامل على مدار الأربع والعشرين ساعة لتقديم قوالب وأنواع صحفية تتنوع ما بين الأخبار الخفيفة والتقارير الإخبارية والمواد الصحفية مثل التغطية والحوارات والتحقيقات والترجمة وغيرها مما سيرد ذكره لاحقا.

المحاور الموضوعية لخدمات «محيط» [19]:

أولا: القسم الخارجي ويشمل:

1- الشؤون العربية.
2- شؤون العالم الإسلامي.
3- العالم الخارجي.

وتغطي الأحداث في الدول العربية والإسلامية فضلاً عن دول أمريكا الشمالية والجنوبية وأوربا وأفريقيا وآسيا وأستراليا والأحداث ذات البُعدْ الإقليمي والسياسي والعلاقات الخارجية فضلاً عن الأحداث الداخلية ذات البُعدْ الخارجي.

ثانيا: قسم المال والإعمال: ويشمل المحاور التالية:

1- التأمين والبنوك والمصارف العامة الإسلامية.
2- البورصات وأسواق المال العربية والعالمية.
3- البترول والطاقة بأنواعها.
4- المنتجات والمحاصيل الرأسمالية.
5- أخبار مجتمع المال والأعمال في الدول العربية الرئيسة ودول العالم الرئيسة.
6- أخبار الشركات والمنتجات الخاصة بها.

ثالثا: القسم الرياضي: ويشمل المحاور التالية:

1- كرة القدم العربية (الدوري المحلي للدول العربية).
2- كرة القدم العالمية (الدوري المحلي للدول الرئيسة مثل ألمانيا، إنجلترا، البرتغال، هولندا، البرازيل).

3- المسابقات الإقليمية لكرة القدم وتشمل مسابقات كأس العرب وآسيا وأفريقيا وأوربا وأمريكا اللاتينية.

4- المسابقات الدولية لكرة القدم: كأس العالم.

5- دورات الألعاب الاولمبية.

6- دورات ألعاب كرة القدم المحلية والإقليمية والعالمية.

7- أخبار المجتمع الرياضي ويغطي أخبار الأندية والاتحادات واللاعبين والحكام.

8- خدمات التغطية الحية المباشرة للمباريات المهمة: تقدم محيط خدمات متميزة لتغطية المباريات والأحداث الرياضية والنتائج والإحصائيات أولاً بأول ودقيقة بدقيقة للمباريات المهمة لبعض الدول مثل السعودية ومصر والإمارات والكويت أو أية دولة أخرى حسب الطلب.

رابعا: القسم الفني والترفيهي ويغطي المحاور التالية:

1- السينما العربية والعالمية.

2- التلفزيون والفضائيات.

3- المسرح العربي والعالمي.

4- مجتمع الفن: أخبار الفنانين.

خامسا: القسم الثقافي والأدبي:

1- عالم الكتاب: عرض الكتب الجديدة وأخبار دور النشر والإصدارات الجديدة.

2- الفعاليات الثقافية المحلية والإقليمية والعالمية.

3- الأندية الأدبية والنوادي الثقافية.

سادسا: قسم المرأة والأسرة ويشمل:

1- المطبخ: وصفات لطبخات محلية وعالمية متنوعة وحسب الموسم أو تلك الخاصة بالدايت أو بمناسبة شهر رمضان أو التي تناسب فئات من المرضى أو المناسبة لسن معينة.

2- الديكور: لمسات وأفكار متعددة لديكورات المنزل تتناسب مع الثقافات المختلفة.
3- الأناقة: الأزياء العالمية أو المحلية وأفكار متنوعة وتغطية لعروض الأزياء.
4- المرأة الحامل: كل ما يخص المرأة الحامل.
5- الطفل: كل ما يخص رعاية الطفل.
6- المرأة العاملة: أفكار وإرشادات ومواد متخصصة في شؤون المرأة العاملة.
7- الرجل: مواد متخصصة موجهة للرجال.
8- الشباب: مواد موجهة للشباب من الجنسين تحت سن العشرين.

سابعا: الأقسام المتخصصة وتشمل:

1- العلوم والتكنولوجيا.
2- الكمبيوتر والإتصالات.
3- عالم الموبايل.
4- الصحة والطب.
5- العقارات.
6- السيارات.
7- الحوادث.
8- أخبار المجتمع.

ثامنا: خدمات المعلومات[20]:

تقدم «محيط» عدداً من الخدمات الصحفية المعلوماتية المتنوعة التي تهم شرائح القراء وهي:

1- أخبار الطقس: وتشمل جداول بدرجات الحرارة للمدن في العالم وكذلك نشرة جوية تحليلية للطقس في المنطقة.
2- المعارض المحلية والعالمية في التخصصات المختلفة.
3- المعروض في السينما والمسرح في العديد من الدول العربية.

4- برامج التلفزيون للقنوات العربية والعالمية المهمة مع عرض لأهم البرامج والأفلام.
5- مواقيت الصلاة لأهم المدن.
6- أسعار العملات العالمية والعربية وأسعار الذهب والبترول.
7- في مثل هذا اليوم جدول بعناوين أهم الأحداث التي حدثت في مثل هذا اليوم في التأريخ عربياً وعالمياً.
8- عرض تحليلي لاختيارات المحرر لحدث مهم في مثل هذا اليوم في صورة تقرير إخباري في حجم من 500 إلى 1000 كلمة.

خدمات الصور:

تقدم «محيط» معظم موادها الصحفية مصحوبة بصورة أو أكثر وكذلك يمكن تقديم رسومات توضيحية وخرائط وشعارات.

القوالب الصحفية وطبيعة خدمات المحتوى في «محيط»[21]:

تتميز خدمات «محيط» الصحفية بتقديمها لأنواع متعددة من فنون الصحافة التي لا تقصر فقط على الأخبار النمطية وفيما يلي نماذج من هذه الأنواع:

الخبر العاجل:

ويرد على هيئة عنوان يمكن عرضه فور وقوع الحدث ويكون حجم النص فيه بحدود 10 إلى 15 كلمة.

الأخبار الخفيفة:

وتركّز أساساً على أخبار المجتمع في التخصصات المختلفة كمجتمع المال والأعمال والفن والرياضة والمحليات في كل دولة والأخبار الخفيفة تتكون من العنوان والفن والرياضة والمحليات في كل دولة وبواقع 75 كلمة في المتوسط.

الأخبار:

وهي نوع من المادة الصحفية أكبر حجماً من الخبر الخفيف وأقل من التقرير

الإخباري وحجم المادة الإخبارية في هذا النوع تتراوح مابين 100 إلى 250 كلمة فضلاً عن العنوان.

الملفات الصحفية:

كثيراً ما يتم إعدادها لمناسبات معينة أو للتغطية الموضوعية المتعمقة لأحداث كبرى في المنطقة أو العالم، ويتم التخطيط لها بواسطة متخصصين وفق مفاهيم وأسس وأولويات وأبعاد موضوعية متوازنة.. وغالباً ما يشارك في تحرير وصياغة وإعداد الملفات أكثر من محرر أو صحفي يعاونهم أخصائيو معلومات يمدونهم بملفات صحفية ومعلومات عن موضوع الملف نفسه.

التحقيقات الصحفية:

تتنوع التحقيقات الصحفية لتغطي المحاور السياسية والاقتصادية والفنية والرياضية فضلاً عن القضايا المحلية التي تهم المجتمع.

الحوارات والمقابلات الصحفية:

تتميز خدمات «محيط» بما تقدمه من حوارات صحفية للشخصيات العامة وبالذات تلك التي تهم القارئ عبر الإنترنت.

التغطيات الصحفية:

وتشمل التغطية الصحفية للمناسبات والمعارض والفعاليات المحلية والإقليمية من أخبار وعروض ومنتجات وندوات ومؤتمرات.

مميزات خاصة لخدمات «محيط» (22)**:**

أولاً: التغطية الجغرافية:

تتميز خدمات «محيط» الصحفية بالاهتمام الخاص بتغطية الأخبار المحلية في العالم العربي التي غالباً لا تجد اهتماماً من الوكالات العالمية.

ثانيا: أنواع صحفية خاصة:

يمكن لبوابة «محيط» أن تقدم محتوى صحفياً وإعلامياً ذا طبيعة خاصة في حالة ما إذا كان الهدف موجه إلى مجتمع متخصص أو جمهور معين.. على سبيل المثال يمكن تزويد بوابة خاصة بالمرأة بمحتوى يتناسب مع توجه البوابة أو الموقع ... وكذلك الأمر في حالة بوابة مخصصة للشباب أو رجال الأعمال.

ثالثا: البحث في الأرشيف التراكمي:

تضمن «محيط» إتاحة كل المواد التي سبق نشرها في قاعدة معلومات يتم البحث فيها باستخدام محرك بحث قوي يمكن توفيره للعميل كما أن «أرابيا أنفورم» على استعداد لتقديم خدمات تقنية واستشارية في هذا المجال.

كما يشتمل أسلوب التغطية الشاملة والكاملة بحسب الموضوع أو الدولة ويركز كل موقع على بحث متقدم يعتمد على أكثر من مليوني مادة صحفية تغطي الأحداث العربية والعالمية كافة.

(3) بوابة البوابة الإلكترونية

انطلقت البوابة العام 2000 لتكون بذلك «بوابة» الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، تصدر عن شركة البوابة ميدل إيست ويقع مقرها الرئيس في العاصمة الأردنية عمان. وموقع البوابة على الإنترنت www.albawaba.com وكانت تعمل على مفهوم الـ (portal) وكان ضمن ذلك قسم للأخبار السياسية والاقتصادية والفنية والرياضية والثقافية وهي من المواقع العربية القليلة التي تقدم خدماتها باللغة العربية والإنكليزية. والمدير العام للبوابة السيد هاني الجبشة ورئيس التحرير السيد محمد عمر[23].

يشير السيد رئيس تحرير البوابة إلى أنه في بداية انطلاق البوابة وصل عدد المحررين والمراسلين إلى نحو سبعين محرراً ومراسلاً. وبعد الهبوط الكبير لأسهم شركات تكنولوجيا المعلومات أعادت البوابة هيكلة الشركة، وقد تم الاستغناء عن قسم كبير

من المحررين والمراسلين وبدأت تتحول إلى أنموذج عمل جديد يعتمد إلى «المجتمعات» الـ (community) لكن بقي لدى البوابة عدداً لا بأس به من المحررين بحدود 25 محرراً ومراسلاً.

تعمل البوابة وفقاً لمفهوم وكالات الأنباء في التغطية الإخبارية، وكان أسمها الفرعي عند التأسيس «وكالة الأنباء العربية» وفيما يتعلق بالمستوى الاحترافي والفني لمحرري البوابة. يضيف السيد محمد عمر رئيس تحرير البوابة: جميع محرري البوابة من الحاصلين على الشهادة الجامعية الأولية في تخصص الصحافة والإعلام أو في تخصصات متقاربة مثل العلوم السياسية ويمتلكون خبرة كبيرة في العمل الإعلامي المحلي [24].

أما السيد بسام عبد الكريم[25] فإنه يضيف إلى ذلك بقوله: يتمتع كادر المحررين في البوابة بمستوى مهني رفيع، وبخلفية وخبرة طويلة في العمل في الصحافة الأردنية، العربية والدولية، إذ إن فريقنا الصحفي الاحترافي يتكون من صحفيين ذوي دراية استثنائية، وهم ذو علاقات واسعة في المنطقة بفضل السنوات العديدة التي قضوها في الشرق الأوسط.

إن البوابة هي إحدى أكثر الشركات تطوراً في الشرق الأوسط اليوم، وهي تقوم بإنجاز إعلام حقيقي في العالم العربي. تقوم الشركة بتقديم قدرات لا تضاهى وفريدة في المعلومات والإعلام والتكنولوجيا، موفرة لجمهورها الواسع وقرائها خدمات مميزة إذ أن هناك ما يعادل (10 ملايين) صفحة من البوابة يتم تصفحها شهرياً[26].

ويؤكد السيد بسام عبد الكريم[27]: أن الخصائص الفنية لبوابة البوابة تمتاز بسهولة الإبحار في أبوابها وأقسامها على الرغم من الأعداد الهائلة للصفحات التي تتضمنها هذه الأبواب والأقسام، والتي تُشَكِل كل واحدة منها موقعاً متكاملاً بحد ذاته.

وقد روعي في تصميم صفحة المدخل وكذلك الصفحات الرئيسة للأبواب

والأقسام استخدام الألوان المريحة للعين، كدرجات الأزرق وأنواع الخط التي تنزلق العين على حروفها مرنة الأشكال وسهلة القراءة.

ويضيف أيضاً: وقد جرى اختيار أحجام غير مبالغ بها من الصور، وروعي الإكثار من الصور على الصفحات الرئيسة؛ وذلك من أجل ضمان تكاملها مع النصوص وعدم مزاحمتها لها، إلى جانب تسهيل تحميل الموقع من على الشبكة لتناسب من يملكون خطوط إنترنت سريعة أو بطيئة.

وكذلك فإن البوابة كانت من أوائل المواقع التي تستخدم البرمجة بلغة (PHP) المرنة والمتقدمة، والتي تفتح آفاقاً من حيث أعداد الصفحات والروابط، فضلاً عن التقليل إلى حد غير مسبوق من المشكلات التقنية والأخطار الأمنية بالفيروسات ومحاولات الاختراق من قبل أي شخص.

المحتوى الشرق أوسطي في البوابة:

إن البوابة هي أكبر مُنْتِج مستقل في الشرق الأوسط، فهي توفر معلومات على أساس يومي عن أكبر الناشرين في العالم، وتنشر البوابة باللغات العربية، والانكليزية والفرنسية(*) فضلاً عن أن التغطية تشمل مجالات تتمثل بأخبار والسياسة والترفيه والرياضة والأعمال إذ تقوم البوابة بعرض هذا المحتوى إلى جمهورها عبر الشرق الأوسط والعالم.

إذ يقوم كادر عمل محترف من صحفيين ومحررين وباحثين بإنتاج محتوى ذي جودة عالية، والبوابة هي الوحيدة على مستوى العالم التي تقوم بتوفير تغطية شاملة للشرق الأوسط من وجه نظر محلية، مستخدمة المواطنين في المنطقة في إعطاء هذه اللمحة الفريدة في حين أنها تحافظ وفي الوقت نفسه على أعلى مقاييس الصحافة العالمية للحياد والصحافة الاحترافية(28).

ويشير السيد رئيس تحرير البوابة إلى أنها تقوم بتغطية إخبارية للوطن العربي وجميع البلدان وفي كل الأوقات، إذ يسجل للشركة أنها الأولى في إيصال الأخبار

العاجلة من جميع مناطق الحدث، على سبيل المثال، قبل أن يعلم أي شخص أن الرئيس السوري الأسد قد تزوج، قامت البوابة بتوفير سيرة العروس الجديدة، كما كانت البوابة أول من أورد خبر أن موت المنفذين من القاعدة في اليمن كان نتيجة ضربة صاروخ (بوايداتود) والذي أُكدَ باعتراف من قبل البنتاغون والتغطية الإعلامية الدولية.

كذلك تسمح البوابة بالتعليقات الجاهزة (في مناطق محددة للتغطية) والمنتجات المصممة لأغراض خاصة (مثل تغطية الموضوعات الخاصة، الشركات والشخصيات) وتشمل مصادر البوابة وكالات مثل رويترز، داوجونز الفايناشل تايمز، يكسز نيكسز، أي سي آي وعدة شركات ومصادر معلومات أخرى[29].

إعلام البوابة على الإنترنت:

يقول السيد بسام عبد الكريم[30]: تقدم مجموعة البوابة إثنين من أرقى مواقع الشبكات الإعلامية في الشرق الأوسط، هما:

أولاً: www.albawaba.com:

وهذا الموقع هو عبارة عن بوابة للمستهلك إذ يوفر الموقع مدى واسعاً من المحتوى وتشمل الأخبار والتقارير والتعليقات الناقدة فضلاً عن الترفيه والألعاب وغيرها وتتوافر في الموقع خدمات أخرى مثل خدمة البريد الإلكتروني والدردشة والبطاقات الإلكترونية إذ يُعَدُ الموقع هذا من بين أكثر المواقع تطوراً في جميع أنحاء العالم العربي.

كما يُعَدُّ من أكثر المواقع شعبية في مجال المحتوى في منطقة الشرق الأوسط وهو من بين أكثر المواقع التي يقصدها متصفحو الإنترنت في المنطقة، فضلاً عن هذا يُقدَمُ الموقع باللغة الإنكليزية مما يعمل على اجتذاب جمهور واسع من المتصفحين في الولايات المتحدة وأوربا، ولكونه موقعاً إعلامياً يتسم بخاصية تحليل المحتوى، نرى أن غالبية مستخدمي موقع البوابة هم من البالغين.

ثانيا: www.menaerport.com:

وهذا الموقع والذي يعني اختصاراً (موقع تقارير شمال أفريقيا والشرق الأوسط) هو موقع محتوى لرجال الأعمال والمحترفين إذ يقوم الموقع بتوفير تغطية واسعة من أخبار الأعمال والاقتصاد في المنطقة للوصول إلى أهم شركات الصناعة لغرض إرضاء المستخدمين.

ويضيف: ولدى الموقع قدرة لمتابعة الأعمال وصانعي القرار في منطقة الشرق الأوسط خصوصاً في العربية السعودية ومنطقة الخليج العربي، كذلك يوفر الموقع فرصة الإطلاع على أخبار كبرى الشركات الغربية والمنظمات الدولية ويوفر الموقع خدمة الرسائل الخبرية المتعلقة بأعمال الشرق الأوسط والتي تُرسَلْ إلى آلاف المشتركين – على حد تعبيره –.

تكنولوجيا البوابة(31):

قامت مجموعة البوابة بتطوير أكثر أنظمة الإنترنت تطوراً، مُقدمةً خدمة متعددة اللغات فريدة من نوعها وإدارة ديناميكية للمحتوى فقد تم تطوير الحلول التكنولوجية تماماً في البوابة، وهي أكثر تكنولوجيا الإنترنت تطوراً والمتوافرة اليوم في الوطن العربي والتي تقوم بتشغيل بعض من المواقع في الشرق الأوسط بالاعتماد على حلول تكنولوجية لإنتاج وإدامة خدماتها.

وقد أثبت الاستخدام المكثف من قبل مئات الآلاف من المستخدمين العرب الاعتماد على تلك التكنولوجيات وتقوم البوابة الآن بتوفير التكنولوجيا إلى الشركات الأخرى، موفرة لهم استخدام حلول تكنولوجية جديدة وقابلية برمجة تكنولوجية.

ولدى البوابة العديد من المزايا المهمة:

1- لقد تطورت منذ البداية باللغة العربية (بدلاً من أخذ منتج غربي ومحاولة إخضاعه للغة العربية).

2- تم تطوير جميع الآليات (الميكانيكات) من قبل الفريق ذاته، بدلاً من عدة شركات مختلفة. وهذا نتج عن تكامل بين جميع المكونات.

3- تم تطوير التكنولوجيا منذ البداية من دون الاتكال على النظم القديمة وقد أتاحت بوابة البوابة إدخال أحدث الوسائل التكنولوجية وقد نتج هذا عن حلول فاقت العديد من الحلول التي توفرها كبرى الشركات الغربية.

في الأصل، تتَركّز جهود البوابة في بناء وإدامة مواقع إنترنت متقدمة تتَركّز على نظام إدارة المحتوى والذي يسمح للمشتغلين في المواقع بالتحكم في المحتوى بصورة تامة ومستغلة، إذ تم تصميم النظام لغرض استخدامه من قبل الكادر غير المختص بالتكنولوجيا فاسحاً المجال للمشغل التركيز على الإعلام بدلاً من التكنولوجيا.

على هذا الأساس، يُمْكِنُ إضافة عدة متغيرات متطورة، موفرة فرص للتفاعل مع الجمهور وتشمل هذه المتغيرات أحدث غرف الدردشة على الشبكة ومنتديات النقاش، فضلاً عن أنظمة إدارة الإعلان وأنظمة الهاتف المحمول والبريد الإلكتروني وآليات التسوق ...الخ. إذ توفر البوابة لجمهورها فرصاً واسعة للوصول إلى المعلنين كونها تقوم بتشغيل أكثر المواقع شهرة في الوطن العربي مع هذا، فإن القابلية الفريدة للبوابة على استهداف قطاعات محددة من الجمهور يعطي تركيزاً وتأثيراً فريداً ولكونها توفر مدى واسعاً من المعلومات والخدمات، فإن البوابة يمكن أن تتيح خدمات لمجموعات محددة مثل المراهقين وربات البيوت ورجال الأعمال ولأحداث الدرجة القصوى من التأثير.

وتمتلك البوابة كادراً ذا مهارة وخبرة من المصممين ومبرمجي الحاسوب القادرين على إنتاج مدى واسع من المواد الإعلانية تتراوح بين التصاميم ذات الجذب إلى الرسوم المتحركة وحتى مواقع الترويج المتخصصة في هذا المجال.

المبحث الثاني

الدراسة التحليلية

يتضمن هذا المبحث نتائج الدراسة التحليلية (التحليل الكمي) للوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية العربية، نسيج ومحيط والبوابة، وعلى النحو التالي:

أولا: خصائص البوابات الإلكترونية والخدمات التي تقدمها:

1- أدوات الوصول الإلكتروني إلى المعلومات والأخبار:

(أ) محركات البحث:

يُمثلُ وجود وسيلة للبحث عن المعلومات في الموقع الإخباري أهمية قصوى للحصول على الأخبار والمعلومات المختلفة بسرعة وتجنب تقليب الصفحات الذي يستغرق وقتاً إلى أن تقع عين القارئ على مبتغاه، وربما لا يحصل عليه بهذه الطريقة.

لقد قامت الصحف والمواقع الإخبارية بعمليات واسعة لتحويل أرشيفها الورقي إلى الشكل الإلكتروني عن طريق عملية تكشيف جديدة حتى تُسَهِّلُ بحث واسترجاع المعلومات، فضلاً عن إمكانية استرجاع الأعداد السابقة وقراءتها في أي وقت.

ويُعرَفُ التكشيف بأنه عملية إعداد الكشافات أو إعداد مداخل الكشاف التي تؤدي للوصول إلى المعلومات والأخبار في مصادرها، وتتضمن هذه العملية بإيجاز شديد فحص الوثيقة وتحليل المحتوى وفقاً لمعايير محدودة سلفاً وتحديد مؤشرات المحتوى وإضافة مؤشرات المكان وتجميع المداخل الناتجة في كُلٍ متماسك[32].

أما الكشاف فهو أحد أدوات الاسترجاع ويُعَدُ دليلاً مرتباً وفق طريقة ما للمحتويات الفكرية لأوعية المعلومات باستخدام مؤشر لفظي، أو رمزي للمحتوى، ومؤشر مادي لمكان المعلومات المرغوبة [33].

وقد نجحت كثير من الصحف والمواقع الإخبارية في تحديث أرشيفها وتحويله إلى أرشيف إلكتروني وإضافة خدمة البحث إلى مواقعها في الويب، كما اهتمت هذه الصحف وبعض المواقع الإخبارية بإعداد كشافات دقيقة وتبني أساليب بسيطة وسريعة للبحث والاسترجاع، مع إضافة مساعدات بحث تُسَهِلُ حصول المستخدم على ما يريد من الأرشيف بدقة وفي وقت قصير. **وعن طريق متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية – عينة الدراسة– تبين توافر:**

1- محركات بحث داخلية

يوضح الجدول رقم (4-1) وجود (5) محركات بحث في بوابة نسيج وبذلك تكون قد حققت أعلى نسبة مئوية قدرها 50٪ وتتوزع محركات بحث نسيج على صفحات نسيج الإخبارية، والإسلامية، ونسيجها، والرياضية وقسم نادي الكّتابْ.

وما يميز البحث في أرشيف بوابة نسيج أن محركات البحث تختص في البحث عن المعلومات المطلوبة في الصفحات التي تظهر فيها فضلاً عن البحث عنها في الصفحات والأقسام الأخرى من البوابة، كما أن أسلوب التكشيف يُتيحُ للقارئ اختيار البحث في أرشيف البوابة عن طريق اختيار القسم وطريقة البحث على وفق تصنيف الكلمات أو الجمل وتحديد عدد النتائج والمدة الزمنية التي يحددها للحصول على الأخبار والمعلومات التي يرغب في قراءتها والإطلاع عليها.

إلا أن ما تفتقر إليه نسيج هو أن محرك البحث في قسم (نسيج الرياضية) غير منظم ولا يعمل بطريقة مُرضية وسرعة الإتاحة أو الحصول على المعلومات منه بطيئة للغاية وقد يكون السبب في عدم الحصول على المعلومات ناتجاً عن عيوب في أسلوب التكشيف المتبع(34).

وتظهر نتائج التحليل وجود (4) محركات بحث في بوابة البوابة، وبذلك تكون قد حققت المرتبة الثانية وبنسبة مئوية قدرها 40٪، وتتميز محركات بحث بوابة البوابة بظهورها في صفحات البوابة بنسختيها العربية والإنكليزية، إلا أن ما يسجل عليها

أن البحث في أرشيف البوابة لا يسمح للقارئ باستخدام اللغة العربية في البحث حتى وأن كان يتم في نسختها العربية، مما يعني عدم وجود أداة للبحث باللغة العربية، كما يلاحظ التداخل أحياناً بين موضوعات أرشيف البوابة باللغة العربية مع الموضوعات باللغة الإنكليزية، أو احتوائه موضوعات ليس لها علاقة، إذ لا ندري ما علاقة عناوين سفارات الدول في الشرق الأوسط بأرشيف الأخبار والمعلومات، فضلاً عن الخطأ في توثيق تأريخ بعض المواد المؤرشفة والتي وثقت بتأريخ العام 1969 في حين أنها تعود إلى العام 1999، وهذا قد يعود أيضاً إلى عدم دقة التكشيف والاستخلاص.

أما فيما يتعلق ببوابة محيط فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمعدل محرك بحث واحد وبنسبة مئوية قدرها 10٪ وتتميز بظهور محرك البحث في كل صفحة من صفحاتها.

ولاحظت الباحثة[35] أن محركات البحث في بوابتي محيط والبوابة لا تتيح للمستخدم اختيار التأريخ والقسم الذي يريد أن يبحث فيه.

وسجلت الباحثة عدداً من المميزات التي اتسم بها أرشيف البوابات - موضوعة الدراسة- ظهرت للباحثة في أثناء مدة الدراسة أهمها [36]:

1- يُفَرِّقُ أرشيف البوابات بين المصطلحات المُعَّرفة بـ (الـ) وغير المُعرَّفة بـ (الـ) مثل مصطلح (سياسة) الذي يختلف عن (السياسة) وهذا الأسلوب غير مستخدم في عمليات التكشيف المستخدمة في المكتبات ونظم المعلومات العربية.

2- توازن قطاعات التصنيف، لاسيما فيما يتعلق بتصنيف المواد الصحفية المنشورة، ولا شك أن أسلوب التكشيف ومساعدات البحث في البوابات تؤثر بالإيجاب على مدى الإفادة من مواد ومعلومات الأرشيف، ومن ثمَّ تُعَزز من علاقة الارتباط بين القارئ والبوابة من جهة بما تتيحه من معلومات وأخبار، كما تُسَهِّل عمل المحررين من جهة ثانية، إذ أصبح الأرشيف أو ما يُعْرَف بالمكتبة الإلكترونية من التقاليد الأساسية التي يجب أن يعود إليها المحرر في أثناء إعداد

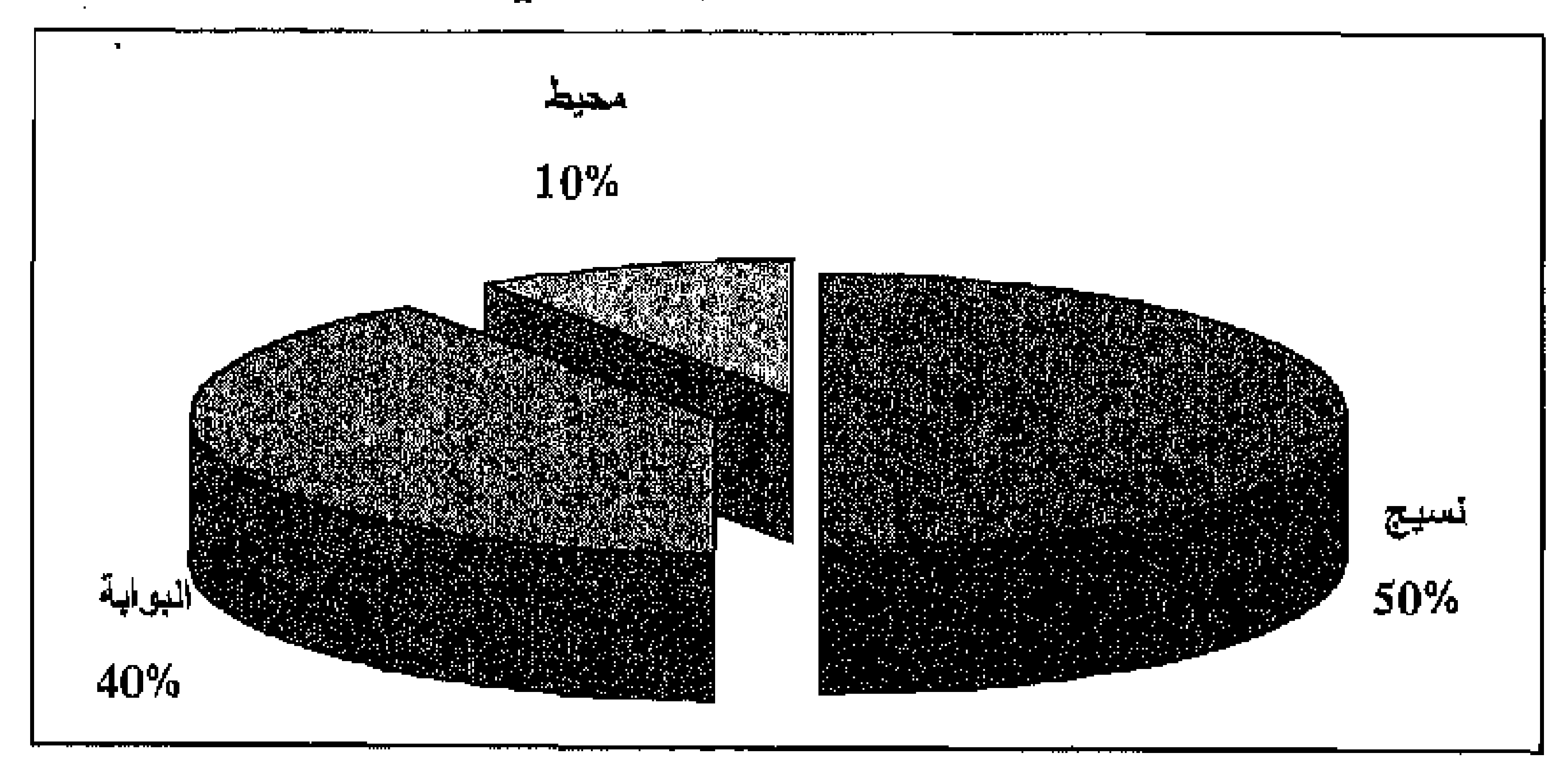
مادته الصحفية، وذلك لاستكمال بعض المعلومات أو التأكد من صحة بعضها الأخر أو للتعرف على ما سبق ونشرته الصحف حول موضوع معين، ومن هنا يجب أن تتميز المكتبة الإلكترونية بالسرعة والشمول مما يدعم من كفاءة وفاعلية التحرير.

جدول رقم (1-4)

محركات البحث الداخلية (البحث في أرشيف أخبار البوابات)

اسم البوابة	محركات بحث تعمل	النسبة المئوية
نسيج	5	٪50
البوابة	4	٪40
محيط	1	٪10
المجموع	10	٪100

شكل (1-4) محركات البحث الداخلية (لبحث في أرشيف أخبار البوابات)



2- محركات بحث خارجية:

وإذا ما انتقلنا إلى محركات البحث الخارجية، فقد وفرت البوابات – موضوعة الدراسة – أداة البحث عن المحتوى المعلوماتي والإخباري في مواقع الإنترنت وما توافر فيها من أرشيف إلكتروني يُتيحُ للقارئ أو الصحفي الإطلاع والإفادة منه.

وتبين نتائج الجدول رقم (4-2) أن بوابة البوابة وفرت محركات بحث خارجي بمعدل بلغ 2 تكرار أي محركي بحث خارجيين وبذلك حققت أعلى نسبة مئوية وقدرها 50٪، إلا أن ما يلاحظ أيضاً عدم إمكانية استخدام اللغة العربية في البحث سواء في نسخة البوابة العربية أو الإنكليزية وإن كانت النتائج تظهر باللغة العربية في حالة البحث والاسترجاع باللغة العربية أو الإنكليزية. أما بوابة نسيج ومحيط فقد حققتا المعدل نفسه إذ وفرت كلاهما محرك بحث واحداً وبذلك حصلا على المرتبة الثانية وبنسبة مئوية قدرها 25٪.

ويلاحظ أن محرك البحث في بوابة محيط يُتاح استخدامه عن طريق رابط إلى موقع (اسك زاد)[37]، بنك المعلومات العربي لذا لا يتم البحث بشكل مباشر في الإنترنت فضلاً عن أن النتائج التي تظهر تكون وفق تصنيف للمواد الصحفية يتضمن موقع النشر وتأريخه ونوع الفن الصحفي للموضوع المنشور، إلا أنه لا يمكن للقارئ الإطلاع على تفاصيل أية من هذه الموضوعات إلا عن طريق الاشتراك ببنك المعلومات العربي.

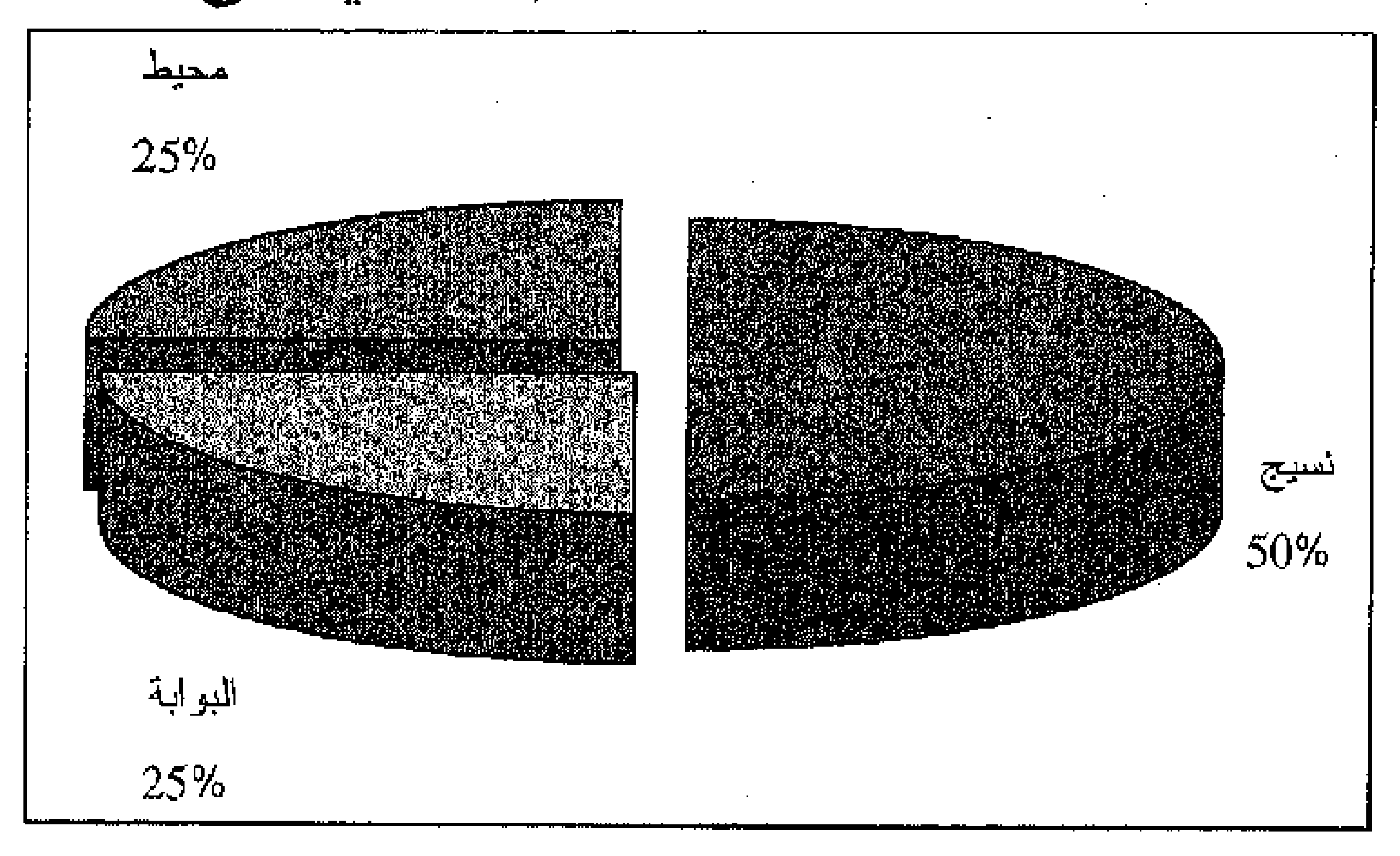
كما وتظهر محركات البحث في جميع صفحات البوابات - موضوعة الدراسة-

جدول رقم (4-2)

محركات البحث الخارجية (البحث في المواقع الأخرى)

اسم البوابة	محركات بحث تعمل	النسبة المئوية
البوابة	2	٪50
نسيج	1	٪25
محيط	1	٪25
المجموع	4	٪100

شكل (4-2) محركات البحث الخارجية (البحث في المواقع الأخرى)



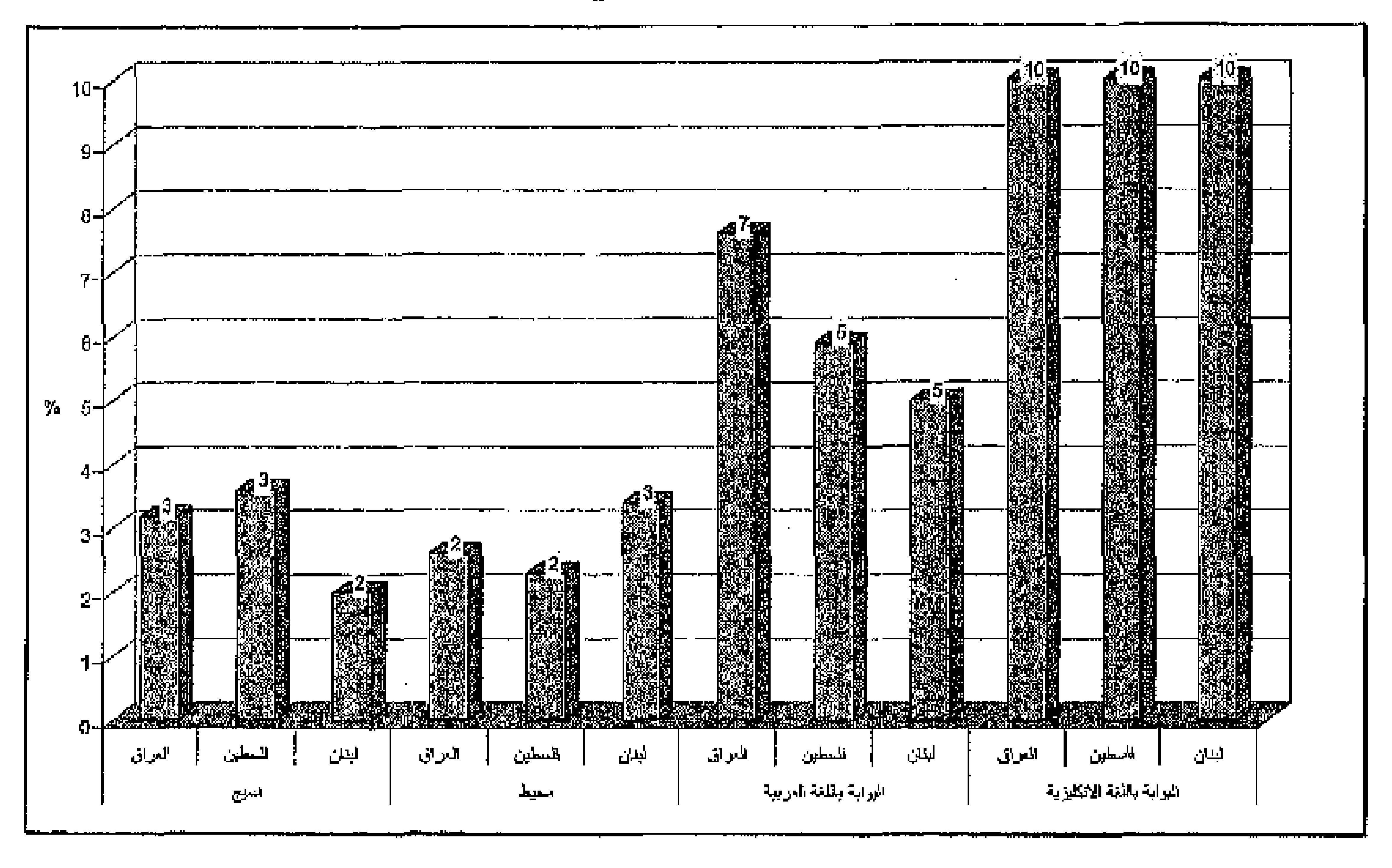
سرعة عملية البحث:

لاحتساب سرعة البحث أو الوقت المُستَغْرَق للبحث وفتح الأخبار في الثانية قامت الباحثة في الخطوة الأولى باختيار عدد من الكلمات المفتاحية المُقْتَرَحَة. والتي ضمت (العراق، فلسطين، لبنان) بعد أن وجدت أنها تُشَكِل أعلى معدلات نتائج البحث في أرشيف البوابات مجتمعة[38]، وقد يكون مبرر ذلك يعود إلى التطورات المتلاحقة للأحداث، في الدول العربية المذكورة. ثم عمدت في الخطوة الثانية إلى احتساب الوقت الذي يستغرقه محرك البحث في إظهار النتائج المطلوبة لكل كلمة مفتاحية مُقْتَرَحة وبالتناوب عن طريق استخدام مؤثر خارجي[39] وتكرار العملية بعد مضي (10) أيام ولثلاث مرات في شهر العينة الزمنية للبحث ولثلاث مرات في اليوم في الساعة الثامنة صباحاً والساعة الرابعة عصراً والساعة الثانية عشرة ليلاً لاستخلاص معدل وقت فتح الأخبار في البوابات - موضوعة الدراسة - ثم قامت في الخطوة الثالثة باحتساب الوسط الحسابي[40] للأوقات التي سجلتها أثناء شهر وهو المدة التي اعتمدتها لاستخراج المؤشرات الإحصائية للزمن المُسْتَغْرَق في فتح الأخبار في أرشيف البوابات، كذلك قامت بإحصاء عدد النتائج ثم استخراج معدل أو الوسط الحسابي للنتائج.

جدول رقم (3.4)
سرعة محرك بحث داخلي للوقت المستغرق لفتح الأخبار

البوابة	الكلمة المفتاحية المقترحة	معدل عدد النتائج أخبار	معدل الوقت المستغرق بالثانية	التسلسل المرتبى للوقت المستغرق	التسلسل المرتبى لعدد النتائج
نسيج	العراق	9805	3		
	فلسطين	5318	3	2	2
	لبنان	3751	2		
	المجموع	18874	8		
محيط	العراق	62178	1		1
	فلسطين	8051	2	1	
	لبنان	22709	3		
	المجموع	92938	6		
البوابة باللغة العربية	العراق	3275	7		3
	فلسطين	582	5	3	
	لبنان	1251	5		
	المجموع	5108	17		
البوابة باللغة الإنكليزية	العراق	11578	10		
	فلسطين	3358	10		
	لبنان	9346	10		
	المجموع	24282	30		
	المجموع	29390	47		
المجموع الكلي		**141202**	**62**		

شكل (4-3) سرعة محركات بحث داخلي للوقت المستغرق لفتح الأخبار



وأظهرت نتائج تحليل الجدول رقم (4-3) أن معدل عدد النتائج التي يحققها محرك البحث بوابة نسيج في استخدام أداة البحث في أرشيف أخبار البوابة بلغ (18874) نتيجة بمعدل زمني قدره (8) ثواني، وحققت محركات بحث بوابة البوابة معدلاً للنتائج بلغ (29390) تكراراً وبمعدل زمني قدره 47 ثانية.

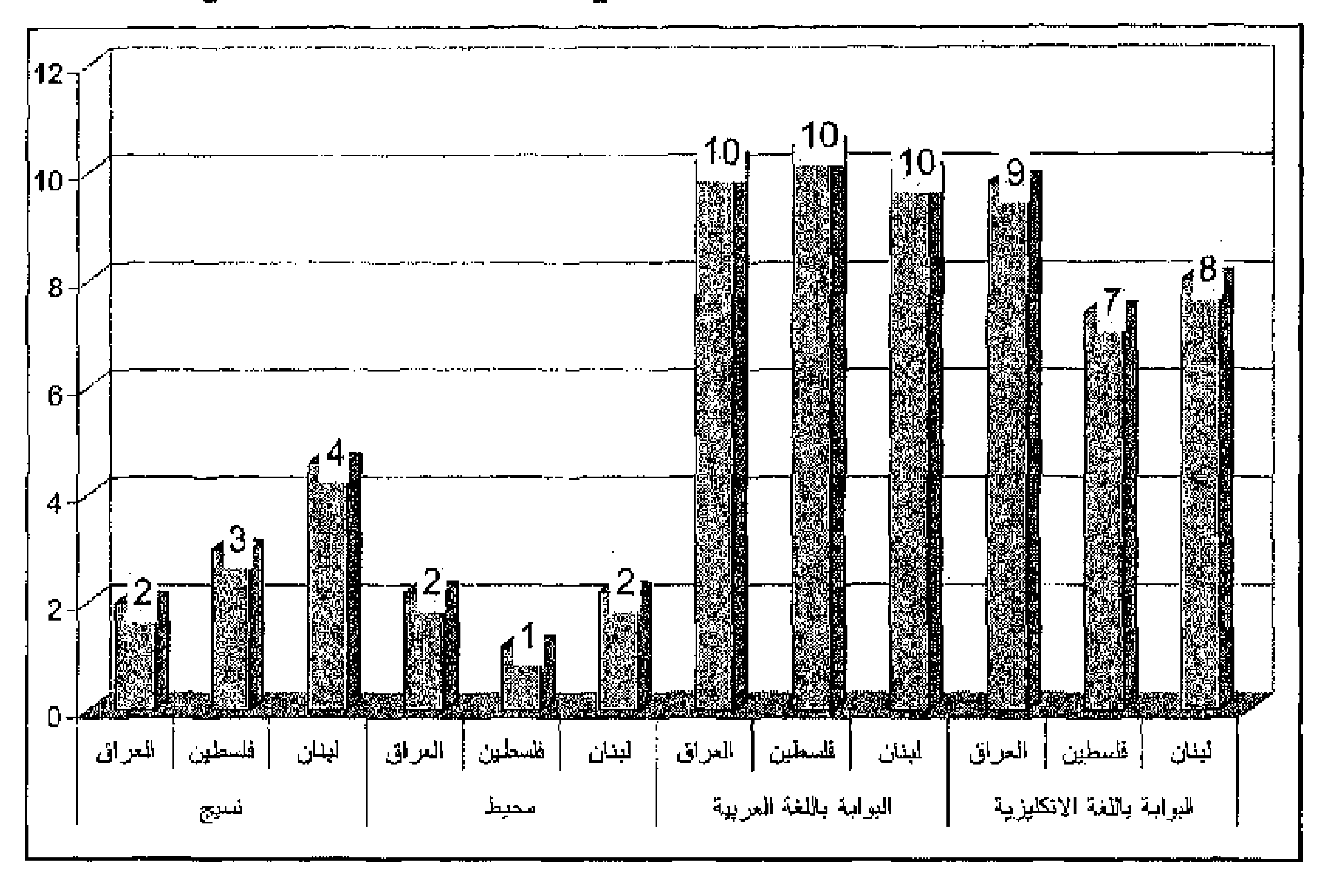
أما محركات بحث بوابة محيط فقد أحرزت معدلاً للنتائج بلغ (92938) تكراراً وبمعدل زمني قدره (6) ثانية.

وتجدر الإشارة إلى أن أعلى معدل للنتائج أحرزته الكلمة المفتاحية (العراق) في بوابة محيط وبلغ (62178) تكراراً، وأقل معدل للنتائج كان في البحث عن الكلمة المفتاحية (فلسطين) وبلغ (582) تكراراً أما أقل معدل للوقت المُستَغْرَق للبحث فكانت (1) ثانية في بوابة محيط للبحث في الكلمة المفتاحية (العراق)، وأعلى معدل للوقت سجل بمعدل (10) ثانية في بوابة البوابة للبحث في الكلمة المفتاحية (لبنان).

جدول رقم (4-4)
سرعة محرك بحث خارجي للوقت المستغرق لفتح الأخبار

البوابة	الكلمة المفتاحية المُقتَرحَة	معدل عدد النتائج موقع	معدل الوقت المُستَغرَق بالثانية	التسلسل المرتى للوقت المُستَغرَق	التسلسل المرتى لعدد النتائج
نسيج	العراق	195	2	2	2
	فلسطين	384	3		
	لبنان	223	4		
	المجموع	802	9		
محيط	العراق	25	2	1	3
	فلسطين	25	1		
	لبنان	25	2		
	المجموع	75	5		
البوابة باللغة العربية	العراق	172	10	3	1
	فلسطين	241	10		
	لبنان	519	10		
البوابة باللغة الإنكليزية	العراق	172	9		
	فلسطين	241	7		
	لبنان	519	8		
	المجموع	1864	54		
المجموع الكلي		2741	68		

شكل (4-4) سرعة محرك بحث خارجي للوقت المستغرَق لفتح الأخبار



ولاحتساب سرعة البحث أو الوقت المُستَغْرَق للبحث وفتح الأخبار في الإنترنت في الثانية قامت الباحثة في الخطوة الأولى باختيار عدد من الكلمات المفتاحية المُقْتَرَحَة، والتي شملت (العراق، لبنان، فلسطين) بعد أن وجدت أنها تُشكل أعلى النتائج[41].

ثم عَمدت في الخطوة الثانية إلى احتساب الوقت الذي يستغرقه محرك البحث في إظهار النتائج المطلوبة لكل كلمة مفتاحية مقترحة وبالتناوب عن طريق إستخدام مؤثر خارجي[42] وتكرار العملية بعد مضي (10) أيام ولثلاث مرات في شهر العينة الزمنية للبحث ولثلاث مرات في اليوم في الساعة الثامنة صباحاً والساعة الرابعة عصراً والساعة الثانية عشرة ليلاً لاستخلاص معدل وقت فتح الأخبار في البوابات - موضوعة الدراسة - ثم قامت في الخطوة الثانية باحتساب الوسط الحسابي للأوقات التي سجلتها في أثناء شهر وهو المدة التي اعتمدتها لاستخراج المؤشرات الإحصائية للزمن المُستَغْرَق في فتح الأخبار في الإنترنت وقامت بإحصاء عدد النتائج في أثناء المدة الزمنية للعينة ثم استخراج المعدل أو الوسط الحسابي للنتائج.

وتشير نتائج الجدول رقم (4-4) المعني بتحديد سرعة محرك البحث الخارجي أو الوقت المُستَغرَق لفتح الأخبار، إلى ارتفاع معدلات نتائج البحث في بوابة البوابة عبر الإنترنت إذ كانت (1864) تكراراً وبمعدل زمني قدره (54) ثانية.

يتضح أن معدل النتائج كان (802) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (9) ثانية في بوابة نسيج، إما فيما يتعلق بمعدلات نتائج البحث التي يحققها محرك البحث في بوابة محيط فقد أظهرت نتائج التحليل أنها حققت (75) تكراراً وبمعدل زمني قدره (5) ثانية.

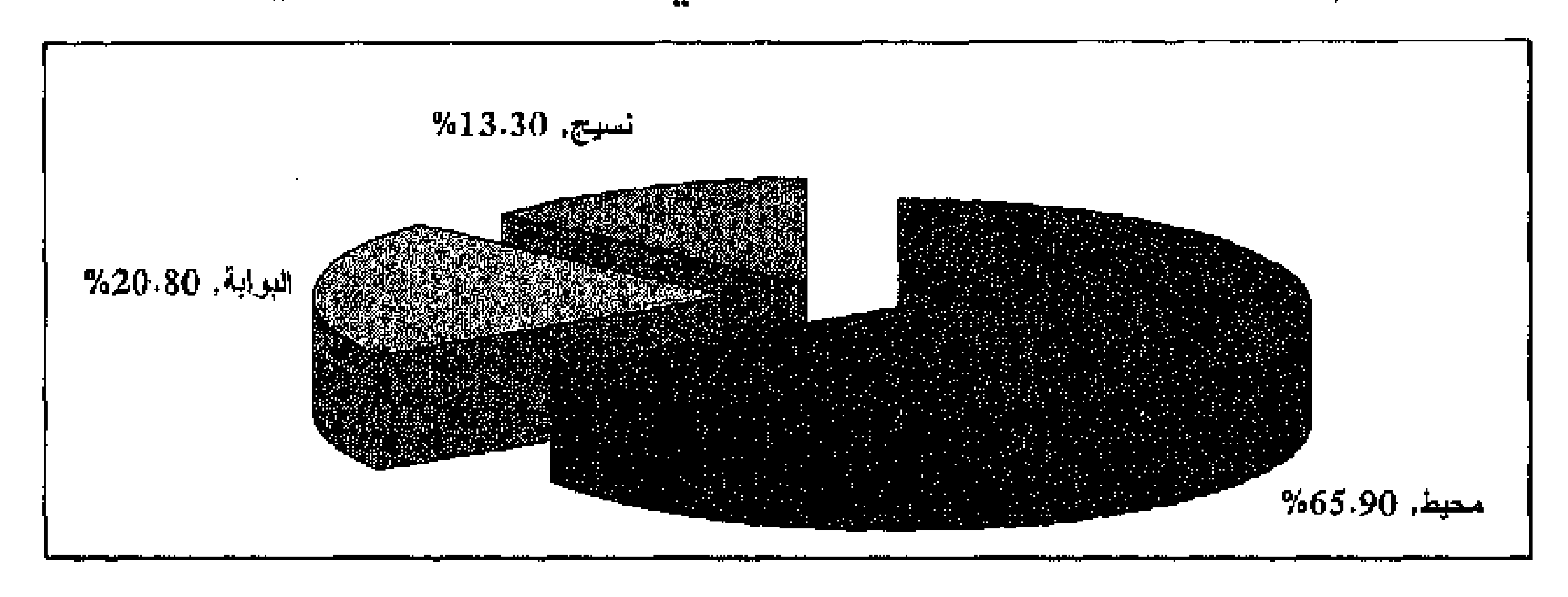
وتجدر الإشارة مرة أخرى إلى أن البحث في بوابة محيط عن طريق رابط موقع بنك المعلومات العربي (أسك زاد) وعلى الرغم من أن النتائج تظهر وفق تصنيف مؤرشف بأسلوب خاص للمادة الصحفية سواء كانت أخباراً أو تقارير أو ملفات أو مقالات أو غيرها من المعلومات والموضوعات التي تظهرها نتائج البحث، إلا أن القارئ لا تُتَاح له فرصة الإطلاع على تفاصيلها إلا عن طريق الاشتراك في خدمة (أسك زاد)، أو البحث عن طريق هذا الرابط في محرك البحث (جوجل) إذا ما رغب في ذلك. ومن المهم أن نذكر هنا أن بنك المعلومات العربي مُتاح أمام صحفيي بوابة محيط[43]، وقد تابعت الباحثة استقصاء أعلى معدل للنتائج منفردة التي تتيحها محركات البحث وأتضح أنها بلغت (519) تكراراً في بوابة البوابة، وأدنى معدل كان في بوابة محيط فقد بلغ (25) تكراراً، أما رصد أقل معدل للوقت المُستَغرَق لسرعة محرك البحث فقد حققته بوابة محيط بمعدل (1) ثانية وأعلى معدل بلغ (10) ثانية في بوابة البوابة.

جدول رقم (4-5)

فاعلية عملية البحث لمحركات البحث الداخلي للكلمات المفتاحية المقترحة(*)(44)

إسم البوابة	معدلات عدد النتائج	النسبة المئوية	التسلسل المرتبي
محيط	92938	65.9٪	1
البوابة	29390	20.8٪	2
نسيج	18874	13.3٪	3
المجموع	**141202**	**100٪**	

شكل (4-5) فاعلية عملية البحث الداخلي للكلمات المفتاحية المقترحة



فاعلية عملية البحث:

وتشير نتائج الجدول رقم (4-5) المعني بتحديد فاعلية عملية البحث لمحركات البحث الداخلي للكلمات المفتاحية المُقتَرَحَة إلى تدعيم ما جاء في نتائج الجدول رقم (4-3) حول سرعة محرك البحث الداخلي والوقت المُستَغرَق لفتح الأخبار في الأرشيف الإلكتروني للبوابات وسرعة البحث والاسترجاع وتسهيل حصول المستخدم على ما يطلبه من نتائج تُمثِل المحتوى الإخباري والمعلوماتي في أرشيف البوابة، باعتماد الدراسة على عدد النتائج التي يحققها البحث، إذ تشير هذه النتائج

إلى أن 65.9٪ من معدلات النتائج أحرزتها محركات بحث بوابة محيط لتأتي في المرتبة الأولى، تليها محركات بحث بوابة البوابة بنسبة مئوية قدرها 20.8٪ في نسختيها العربية والإنكليزية.

ويشير الجدول أيضاً بهذا الخصوص إلى إحراز محركات بحث بوابة نسيج المرتبة الثالثة في معدلات النتائج للبحث في الأرشيف الإلكتروني للبوابات مجتمعة وبنسبة مئوية قدرها 13.3٪.

ويظهر في ضوء العرض السابق أن فاعلية محرك البحث تشير إلى تفوق محركات بحث بوابة محيط في خدمة البحث عن الأخبار وإذا كانت البيانات السابقة في الجدولين رقم (4-3) (4-5) تشير إلى تفوق بوابة محيط في معدلات سرعة محركات البحث ونتائجه فإن الأمر الآخر اللافت للانتباه هو التصنيف الجيد للأخبار والمواد الصحفية المتوافرة في أرشيفها الالكتروني.[45]

إلا أن بوابة نسيج تميزت عن بوابتي محيط والبوابة إذ أتاحت البحث التفصيلي[*] بتقديم خيارات البحث سواء على مستوى الأقسام أو الموضوعات أو المدة الزمنية التي يحددها اختيار القارئ للإطلاع على المادة الإعلامية التي سبق نشرها في البوابة لتكون بذلك عملية البحث أكثر تنظيماً وسهولة في الوصول إلى المعلومات المطلوبة.

وإجمالاً، يمكن القول: أن البوابات – موضوعة الدراسة– تستخدم محركات بحث جيدة ولديها أرشيف إلكتروني منظم ويعمل بطريقة جيدة، وتقوم بتحديث معلوماته بصورة مستمرة، ووفرت فرصة الوصول الإلكتروني إلى الأرشيف الخاص بها.

في حين جاءت نتائج الجدول رقم (4-6) والتي تدعم ما أشارت إليه نتائج الجدول رقم (4-4) لتشير إلى تقدم محركات البحث في بوابة البوابة في ما يخص فاعلية عملية البحث لمحركات البحث الخارجي للكلمات المفتاحية المُقْتَرَحَة، باعتماد الدراسة على عدد النتائج التي يحققها البحث. إذ نالت نسبة مئوية قدرها 68٪ وتُمَثِل هذه النتيجة كماً هائلاً ومتنوعاً من المعلومات والأخبار المتوافرة في المواقع الإلكترونية والتي يُتيحُ محرك البحث للقارئ الوصول إليها.

أما محركات بحث بوابة نسيج فقد عادت لتحتل المرتبة الثانية أيضاً وبنسبة مئوية قدرها 29.3٪ وأخيراً محركات بحث بوابة محيط بنسبة مئوية قدرها 2.7٪ وهي نسبة ضئيلة قياساً إلى ما حققته محركات بحث بوابة البوابة ونسيج.

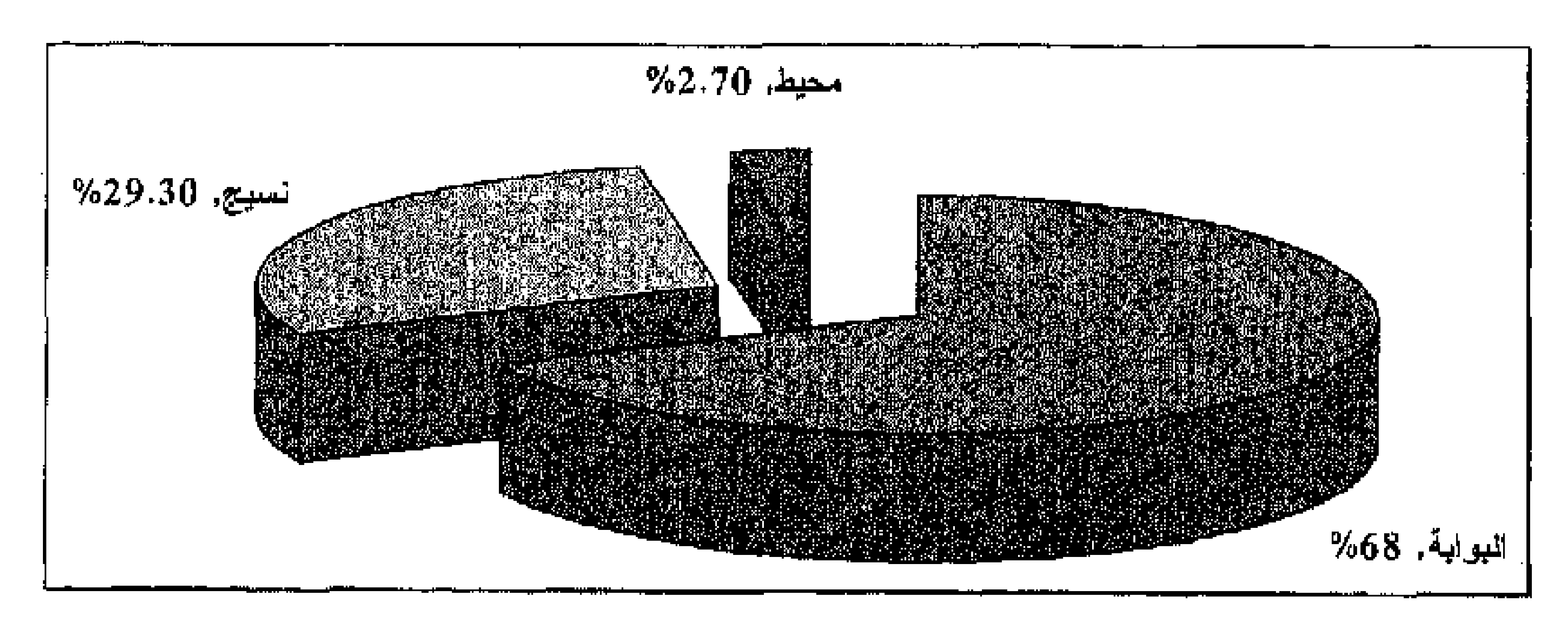
إن هذا التدني في النسبة التي حققتها محركات البحث في بوابة محيط في معدل عدد النتائج المُتحققة للبحث في الإنترنت، قد يعكس عدم الإفادة من الإمكانيات التكنولوجية في مجال البحث والاسترجاع، لكن في المقابل وفرت محيط فرصة الوصول الإلكتروني إلى المعلومات عن طريق محرك البحث جوجل.

جدول رقم (6-4)

فاعلية عملية البحث لمحركات البحث الخارجي للكلمات المفتاحية المقترحة(*)(46)

اسم البوابة	معدلات عدد النتائج	النسبة المئوية	التسلسل المرتبي
البوابة	1864	٪68	1
نسيج	802	٪29.3	2
محيط	75	٪2.7	3
المجموع	**2741**	**٪100**	

شكل (6-4) فاعلية عملية البحث لمحركات البحث الخارجي للكلمات المفتاحية المقترحة



(ب) **دليل المواقع:**

إن شبكة الويب هي مجموعة من ملايين المواقع، التي تختلف في أحجامها، وأغراضها، وخدماتها، وتتفاوت موضوعاتها واختصاصاتها: الإخبارية، والشخصية، والمواقع العلمية وغيرها.

ويستلزم الحجم الهائل من المعلومات التي توفرها المواقع وسائل فعالة للتعامل معها عند التفكير لاسترجاع معلومة محددة، وتُعَدُّ محركات البحث الوسيلة السريعة والمريحة للبحث عن المعلومات والأخبار.

أما أدلة المواقع أو دليل المواقع فأنها تحوي روابط منظمة ومرتبة، تُنظم عادة بحسب موضوعات عامة وأخرى متخصصة تؤدي إلى مصادر المعلومات. ويستطيع القارئ الإفادة من المواقع والمراجع المرتبطة بموقع البوابة في الإنترنت للوصول إلى هذه المعلومات التي تغطي الاهتمامات العامة أو الموجهة لفئات أو تجمعات بعينها كافة. والتطورات التكنولوجية هذه تُمَثِّلُ في جانب آخر منها مصدراً مهماً للمعلومات قد لا يمكن تجاهله يستطيع القائمون على البوابات استخدامه للارتقاء بمستوى ما تتناوله البوابات من موضوعات، ووضعها في إطار اختيارات القارئ ورغباته.

ولتفسير ذلك يوضح الجدول رقم (4-7) توفير البوابات - موضوعة الدراسة- الأدلة العامة والمتخصصة إذ تشير بيانات الأدلة العامة إلى إحراز نسيج معدلاً بلغ 774 تكراراً وبنسبة مئوية 81.5٪ في مقابل 175 تكراراً وبنسبة مئوية 18.5٪ حققتها بوابة البوابة.

وقد بلغ مجموع التكرارات للأدلة المتخصصة التي انفردت بتوفير معظمها بوابة نسيج (3984) تكراراً بنسبة 94.7٪ تلتها بوابة البوابة بمجموع تكرارات بلغ (221) تكرراً وبنسبة مئوية 5.3٪.

ولم ترصد الباحثة توافر الأدلة العامة أو المتخصصة في بوابة محيط وهو ما تشير إليه نتائج الجدول المذكور أعلاه.

أما فيما يخص الروابط لمواقع أخرى فقد أتاحت بوابة نسيج العديد منها إذ بلغ مجموع التكرارات 9989 تكراراً وبنسبة مئوية 87.7٪ ثم جاءت بوابة البوابة بمعدل بلغ 1393 تكراراً ونسبة مئوية 12.3٪.

أما بوابة محيط فأنها تُيتح إمكانية البحث في الإنترنت من داخل الموقع عن طريق رابط لموقع (أسك زاد) بنك المعلومات العربي كما سبق الإشارة إليه، وكذلك توافر خيار البحث في جوجل [(47)] عن طريق هذا الرابط.

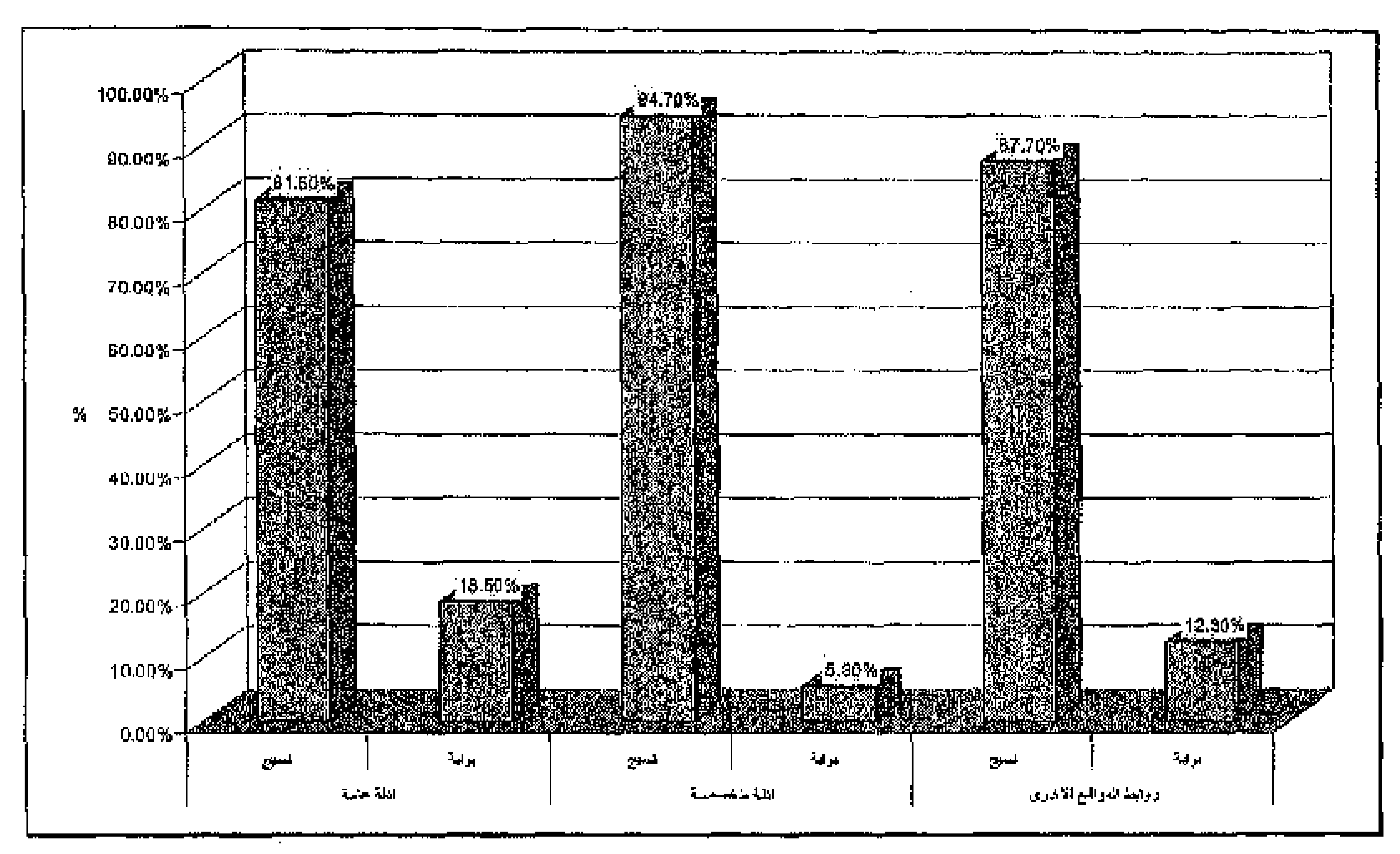
ومن ذلك يمكن القول: أن بوابتي نسيج والبوابة حرصتا على توفير خيارات عدة أمام القارئ لقراءة المادة الإخبارية أو المواد الصحفية وغيرها من الموضوعات العامة والمتخصصة وفي مجالات مختلفة والتي تقابل اهتماماته وتوفي احتياجاته، إذ تحتوي صفحات المواقع على معلومات نصية، مسموعة مرئية أو فيديوية ومتنوعة.

وقد سجلت الباحثة بعض الملاحظات منها ما هو يشير إلى بطء في عملية الربط أي الوصول إلى بعض المواقع والدخول إليها، أو وجود الروابط أو الوصلات غير الفعالة (Dead links) فضلاً عن أهمية إبراز الروابط وشرح كيفية وصول المستخدمين إلى كل رابط لموقع آخر.

جدول رقم (4-7): دليل الموقع

اسم البوابة	أدلة عامة		أدلة متخصصة		روابط الموقع الأخرى	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	774	٪81.5	3984	٪94.7	9989	٪87.7
بوابة	175	٪18.5	221	٪5.3	1393	٪12.3
المجموع	**949**	**٪100**	**4205**	**٪100**	**11383**	**٪100**

شكل (4-7) دليل الموقع



(ج) استضافة المواقع:

من الخيارات الأخرى التي وفرتها البوابات - موضوعة الدراسة - أمام القارئ لتُتاح له إمكانية الإبحار في المواقع ومن ثمَّ الإفادة من ما تحمله من مضامين معلوماتية أو إخبارية، هو احتضانها واستضافتها للعديد من المواقع، الإعلامية، الترفيهية، التجارية أو مواقع الخدمات وغيرها، وبمختلف اللغات. ومن الجدول رقم (4-8) يتضح أن بوابة نسيج تستضيف (7718) موقعاً عالمياً وبنسبة 88.3٪ لتحتل المرتبة الأولى وتأتي بعدها في المرتبة الثانية بوابة البوابة إذ بلغت المواقع المستضافة (1017) موقعاً وبذلك أحرزت نسبة مئوية قدرها 11.7٪.

أما فيما يتعلق باستضافة المواقع العربية فقد عادت بوابة نسيج لتنال المرتبة الأولى بمعدل 2234 موقعاً ونسبة مئوية 85.5٪ ثم بوابة البوابة إذ استضافت (376) موقعاً وبنسبة 14.5٪ وتبين نتائج العرض السابق غياب هذه الميزة عن بوابة محيط.

وإجمالاً يمكن القول: هنا وفي ضوء العرض السابق لنتائج الجداول من (4-1) إلى (4-8) أن هذه النتائج تؤكد ما توصلت إليه إحدى الدراسات[48]، والتي خَلُصَتْ إلى أن أهم الاتجاهات الخاصة بنشر المواقع الإلكترونية على الإنترنت، تقديم الأرشيف الإلكتروني للمواد السابقة، والوصلات إلى المعلومات الإضافية،

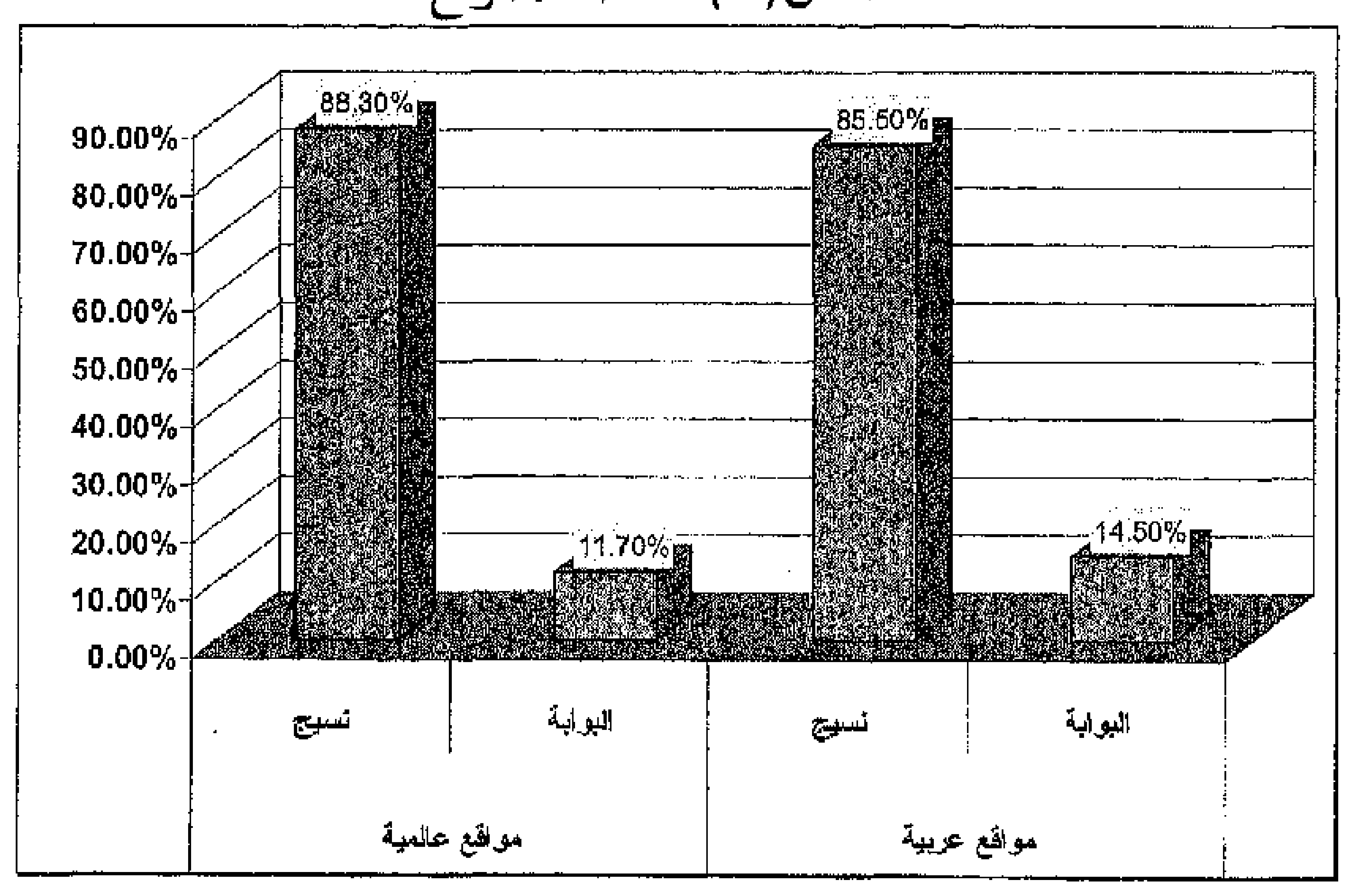
والأخبار المتصلة بالإنترنت، وهو ما يؤهل تلك المواقع لتأسيس بنوك للمعلومات فضلاً عن دورها في تقديم الخدمات الإخبارية وقد تكون أتاحت للمستخدم أو القارئ إمكانية الإطلاع والإحاطة بالعديد من القضايا والموضوعات التي توفرها في أرشيفها الإلكتروني أو مكتبة الإنترنت الإلكترونية.

وأشارت دراسة عربية (أجُريت العام 2000)(49) إلى أن (55٪) من الصحف العربية في الإنترنت كانت توفر مادة أرشيفية، ستساعد - إذا ما أُحسِنَتْ أرشفتها - في بناء مستودعات معلومات عربية على الشبكة.

جدول (4-8): استضافة المواقع

اسم البوابة	مواقع عالمية		مواقع عربية	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	7718	٪88.3	2234	٪85.5
البوابة	1017	٪11.7	376	٪14.5
المجموع	**8735**	**٪100**	**2610**	**٪100**

شكل (4-8) استضافة الموقع



2- الخدمات التي تقدمها البوابات إلى جانب المواد الإعلامية (الخدمات الإعلامية):

وتعني الخدمات التي تقدمها البوابات إلى جانب المواد الإعلامية تلك الخدمات التي تقدمها البوابات الإلكترونية - موضوعة البحث - لقرائها مستفيدة من الإمكانيات التقنية الكاملة للإنترنت، سواء بتقديمها هذه الخدمات عن طريق روابطها الداخلية أو عن طريق الوصلات الخارجية للمواقع الأخرى التي تستنبطها داخل البوابة نفسها والتي تُمَثِلُ عملية متكاملة من عمليات الإحالة المتبادلة للمعلومات والأخبار (cross reference) وسط بيئة إعلامية متعددة الأذرع.

يشير هذا المصطلح في الإنترنت إلى الإفادة القصوى من إمكانيات الإنترنت في الوصول إلى أكبر قدر من القراء[50].

ويوضح الجدول رقم (4-9)[*] حرص البوابات المبحوثة على تقديم العديد من الخدمات فضلاً عن ما تقدمه من الأخبار والمعلومات، ويشير الجدول إلى تزويد القراء بإمكانية الوصول إلى البريد الإلكتروني بنسبة 50٪ في داخل بوابة نسيج ونسبة 57.2٪ عن طريق روابط لمواقع أخرى في الإنترنت، في حين جاءت نسبتها في داخل بوابة البوابة مساوية لما في بوابة نسيج إلا أن توفير هذه الخدمة عن طريق الروابط الخارجية كانت بنسبة مئوية 42.8٪.

ويشير الجدول نفسه إلى أن بوابة محيط لم توفر هذه الخدمة إلى قرائها على الرغم من أهميتها [51].

أما خدمات المجموعات الإخبارية (use net) والتي أصبحت كما ذُكِرَ سابقاً وسيلة أيضا لنشر الخبر قد تكون أسرع وأهم عند البعض من المواقع الإخبارية الكبيرة على الإنترنت، فقد أشارت النتائج إلى أن بوابة نسيج أحرزت نسبة 50٪ في تقديمها خدمة المجموعات الإخبارية تُماثلها في النسبة نفسها بوابة البوابة ثم بوابة محيط التي لم تحرز أية نسبة تذكر.

أما على مستوى تقديم هذه الخدمة عن طريق الوصلات الخارجية فقد حققت

بوابة البوابة نسبة 61.6٪ ثم تلتها بوابة نسيج بنسبة 38.4٪، وكذلك بوابة محيط لم تنل أية نسبة تذكر.

ويشير الجدول إلى تَقَدُّم بوابة نسيج في تقديم الخدمات الإخبارية في القوائم البريدية بنسبة 75٪ ثم تأتي بوابة البوابة بنسبة 25٪، في حين لم تحرز بوابة محيط أية نسبة تذكر. هذا على المستوى داخل البوابة، أما عن طريق الروابط الخارجية فقد عادت نسيج لتحتل المرتبة الأولى بإحرازها نسبة 58.9٪ مقابل 41.1٪ في بوابة البوابة ولم تحرز بوابة محيط أية نسبة تذكر.

أما الخدمات الإخبارية في المحمول أو الهواتف النقالة والتي تربط مضمون الموقع الإلكتروني بالهواتف الشخصية المحمولة، فإن البوابات -موضوعة الدراسة- لم توفرها عن طريق روابط البوابة الداخلية، إلا أنها كانت موجودة عن طريق الوصلات إلى المواقع الأخرى في بوابة البوابة بنسبة مئوية 58.7٪، ثم بوابة نسيج بنسبة مئوية قدرها 41.3٪، ولم تُشِرْ النتائج إلى تقديم بوابة محيط هذه الخدمة أيضاً.

انفردت بوابة نسيج في تقديمها خدمة إنشاء صفحات خاصة بالقراء بنسبة 100٪ في داخل نسيج نفسها، أما عن طريق روابط لمواقع أخرى فقد تفوقت نسيج أيضاً بتحقيقها نسبة 75.6٪ وتلتها بوابة البوابة بنسبة مئوية 24.4٪.

أما إذا انتقلنا إلى خدمة إعلامية أخرى وهي أسعار العملات فقد تقاربت النسب التي حصلت عليها البوابات - موضوعة الدراسة- في تقديم هذه الخدمة داخل البوابات وبنسبة مئوية متساوية بلغت 33.3٪، إلا أن بوابة البوابة تقدمت بنسبة مئوية قدرها 58.8٪ في مستوى هذه الخدمة عن طريق وصلات لمواقع أخرى، إذ جاءت البوابة بنسبة 41.2٪ ولم تحرز بوابة محيط أية نسبة تذكر.

وتعود البوابات المبحوثة لتتساوى في تقديم خدمة أخبار حالة الطقس لتحرز كلا منها نسبة 33.3٪ في داخل البوابة، أما عن طريق الروابط الخارجية فقد أحرزت بوابة نسيج المرتبة الأولى بنسبة 60.5٪ ثم بوابة البوابة بنسبة 39.5٪. تساوت بوابتا

نسيج والبوابة في نسب تقديم خدمة البطاقات وبنسبة 50٪ لكل منهما على مستوى تقديم هذه الخدمة داخل البوابة في الوقت الذي لم تحرز بوابة محيط أية نسبة تذكر.

أما عن طريق روابط لمواقع أخرى فقد جاءت بوابة البوابة بنسبة أعلى وقدرها 51.9٪ وتليها بوابة نسيج بنسبة 48.1٪.

وفرت البوابات - موضوعة الدراسة - جميعها خدمة الخرائط ودليل المدن وبنسبة متساوية قدرها 33.3٪ في داخل البوابة.

أما عن طريق روابط لمواقع أخرى فقد أحرزت بوابة نسيج المرتبة الأولى بنسبة 57.4٪ ثم بوابة البوابة بنسبة 42.6٪، وبوابة محيط نسبة 0٪.

أما خدمة الوظائف أو عروض العمل التي أتاحتها بوابتا محيط والبوابة فقد تقاربت نسبتها التي كانت 50٪، في حين لم توفر بوابة نسيج هذه الخدمة عن طريق الوصلات الداخلية، أما على مستوى تقديمها عن طريق الروابط لمواقع أخرى فقد تقدمت بوابة البوابة بنسبة 63.1٪ تلتها بوابة نسيج بنسبة 36.9٪، ثم بوابة محيط دون نسبة تُذْكَر..

انفردت بوابة البوابة في تقديم خدمة ترفيهية لقرائها من داخل البوابة وهي الموسيقى وبنسبة مئوية 100٪، وفي الوقت نفسه تفوقت في تقديمها عن طريق الوصلات لمواقع أخرى بنسبة 62.1٪ وتلتها بوابة نسيج بنسبة 37.9٪، ولم تحقق بوابة محيط أية نسبة.

وتعود بوابة البوابة لتنفرد في تقديم خدمة الأفلام في موقعها وبنسبة 100٪، وتقدمت أيضاً قي تقديمها عن طريق روابط لمواقع أخرى بنسبة 80.1٪، تلتها بوابة نسيج بنسبة 19.9٪، ثم بوابة محيط التي لم تحقق أية نسبة تُذْكر.

أما خدمة البودكاستنغ (Boadcasting) أو الإذاعة الإلكترونية والتي هي عبارة عن تسجيلات صوتية رقمية يمكن أن تحتوي على حوار أو كلام وموسيقى، ويتم

توزيعها ونشرها عن طريق الإنترنت كملفات أم بي ثري MP3 قابلة للتحميل، فقد أوضحت نتائج الجدول نفسه إنفراد بوابة نسيج في تقديم هذه الخدمة وبنسبة مئوية قدرها 100٪ من داخل البوابة، إلا أن بوابة البوابة تفوقت في توفيرها عن طريق وصلات لمواقع أخرى وبنسبة 62.4٪، وجاءت بوابة نسيج بنسبة 37.6٪، ولم تحصل بوابة محيط على أية نسبة تُذْكَر.

لم تنجح بوابات الدراسة مجتمعة في توفير خدمة القواميس والمعاجم عن طريق الوصلات الداخلية، وهي خدمة معقدة تفيد القارئ في اختصار الكثير من الوقت والجهد، إلا أنها وفرت تلك الخدمة عن طريق الروابط الخارجية لمواقع أخرى، فأحرزت بوابة البوابة نسبة مئوية قدرها 61.1٪ ثم بوابة نسيج بنسبة 38.9٪، وكذلك لم تنل بوابة محيط أية نسبة.

تشير النتائج إلى إنفراد بوابة البوابة في تقديم خدمة تحميل الموسيقى والأفلام وبنسبة مئوية قدرها 100٪.

أما على طريق روابط لمواقع أخرى فقد تقدمت بوابة نسيج بنسبة 58.1٪ وجاءت بوابة البوابة بنسبة 41.9٪.

خدمة تحميل البرامج داخل البوابات تساوت في تقديمها كما تشير نتائج الجدول نفسه، كلا من بوابتي نسيج والبوابة وبنسبة مئوية قدرها 50٪ لكل منها.

أما بوابة نسيج فقد نالت المرتبة الأولى في تقديم خدمة تحميل البرامج عن طريق روابط لمواقع أخرى، وبنسبة 59.1٪ تلتها بوابة البوابة بنسبة 40.9٪.

وتبين النتائج إن البوابات – عينة الدراسة – لم توفر خدمة التسوق الإلكتروني والأخبار التجارية داخل البوابة، إلا أن بوابة البوابة حصلت على نسبة 53.8٪، وتقدمت على بوابة نسيج ومحيط في تقديمها الخدمات التجارية لتزويد المستخدم بأخبار أية مُنْتَج فضلاً عن الأخبار التجارية الأخرى عن طريق روابط لمواقع أخرى، فيما أحرزت بوابة نسيج نسبة 46.2٪، أما بوابة محيط فلم تحرز أية نسبة.

أما الخدمات الإعلامية الأخرى والتي تضم الخدمات التعليمية والتثقيفية والترفيهية والألعاب والموسوعات وأخبار المنظمات والمؤسسات الحكومية والرسمية ودليل الفضائيات والأطفال وغيرها من الخدمات الإعلامية والإخبارية والمتنوعة فقد حرصت البوابات - موضوعة الدراسة - على تقديمها عن طريق روابط داخل البوابة، إذ أحرزت بوابة محيط أعلى نسبة مئوية وقدرها 56.3٪ ثم تلتها بوابة البوابة بنسبة 25٪ وأخيراً بوابة نسيج بنسبة 18.7٪.

أما على مستوى تقديم الخدمة نفسها عن طريق روابط لمواقع أخرى، فقد أحرزت بوابة نسيج المرتبة الأولى وبنسبة 57.8٪، وتأتي بوابة البوابة بعدها بنسبة 42.2٪، أما بوابة محيط فتشير النتائج إلى عدم توفيرها الخدمة المشار إليها.

وفي ضوء العرض السابق تشير النتائج إلى وجود فروق جوهرية بين المؤشرات الإحصائية لمستويات الاهتمام في تقديم الخدمات إلى جانب المواد الإعلامية بين البوابات وإن كانت بوابتا نسيج والبوابة نجحتا في الحصول على نسب أعلى في تقديمها بسبب تفوقهما كما أشارت النتائج في تحقيق نسب أعلى من بوابة محيط، والتي تعود إلى المؤشرات السابقة التي أوضحتها الإحصائيات في تفوق بوابتي البوابة ونسيج في استضافة المواقع وتوفير وصلات الربط بالمواقع الأخرى[52].

ويشكل عام يمكن أن القول هنا: إن البوابات - موضوعة الدراسة - حرصت على تقديم الخدمات إلى جانب المواد الإعلامية أو الخدمات الإعلامية، وإن تباينت في ذلك، ويشير العرض السابق بقوة إلى أن بوابة محيط هي سبب هذا التباين.

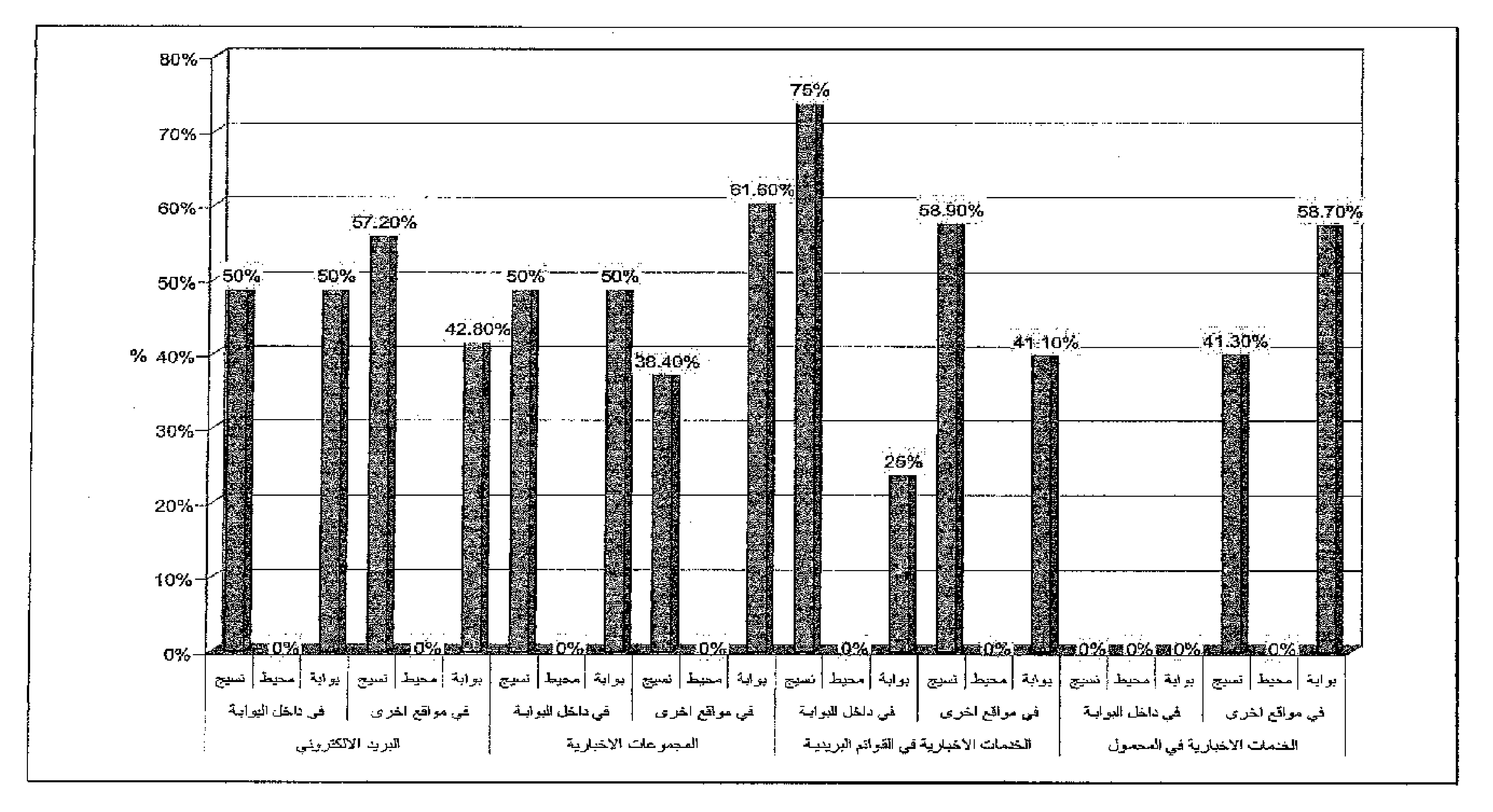
جدول رقم (4-9)

جدول الخدمات التي تقدمها البوابات إلى جانب المواد الإعلامية (الخدمات الإعلامية)

(أ)

الخدمات / اسم البوابة	البريد الالكتروني				المجموعات الإخبارية				الخدمات الإخبارية في القوائم البريدية				الخدمات الإخبارية في المحمول			
	في داخل البوابة		في مواقع أخرى		في داخل البوابة		في مواقع أخرى		في داخل البوابة		في مواقع أخرى		في داخل البوابة		في مواقع أخرى	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
نسيج	1	٪50	52	٪57.2	1	%50	28	٪38.4	2	٪75	92	٪58.9	0	٪	24	٪41.3
محيط	0	٪-	-	٪-	0	٪-	0	٪	0	٪-	0	٪-	0	٪	0	٪
البوابة	1	٪50	36	٪42.8	1	٪50	45	٪61.6	1	٪25	64	٪41.1	0	٪	34	٪58.7
المجموع	**2**	**٪100**	**88**	**٪100**	**2**	**-**	**73**	**٪100**	**3**	**٪100**	**156**	**٪100**	**0**	**٪**	**58**	**٪100**

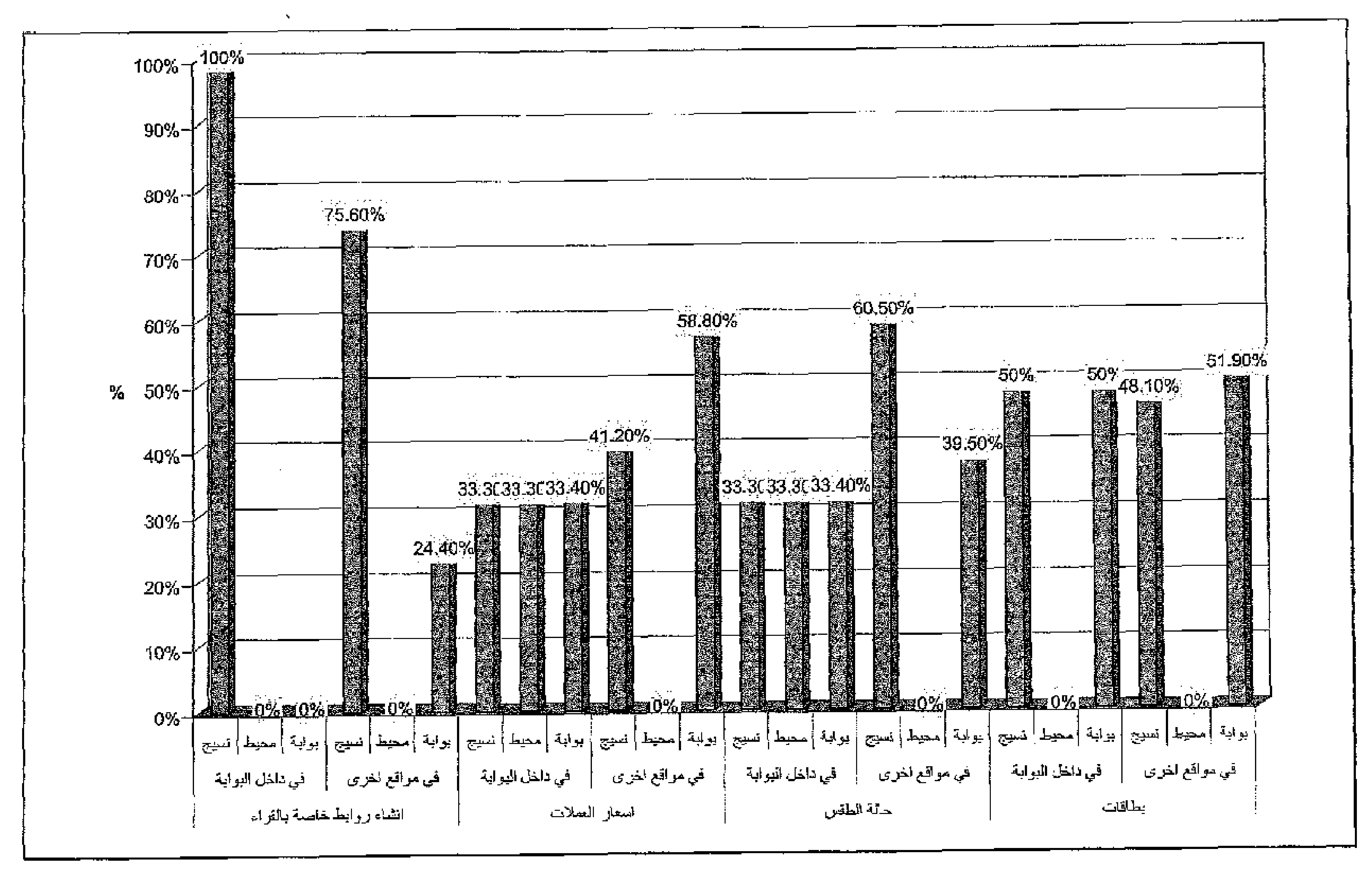
شكل (4-9 أ) الخدمات التي تقدمها البوابات إلى جانب المواد الإعلامية (الخدمات الإعلامية)



(ب)

إنشاء روابط خاصة بالقراء				أسعار العملات				حالة الطقس				بطاقات			
فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى	
تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
1	٪100	1744	٪75.6	1	٪33.3	172	٪41.2	1	٪33.3	1891	٪60.5	1	٪50	195	٪48.1
0	٪	0	%	1	٪33.3	0	%	1	٪33.3	0	٪	0	٪	0	٪
0	٪	561	٪24.4	1	٪33.4	245	٪58.8	1	٪33.4	1232	٪39.5	1	٪50	1232	٪51.9
1	٪100	2305	٪100	3	٪100	417	%100	3	٪100	3123	٪100	2	٪100	405	٪100

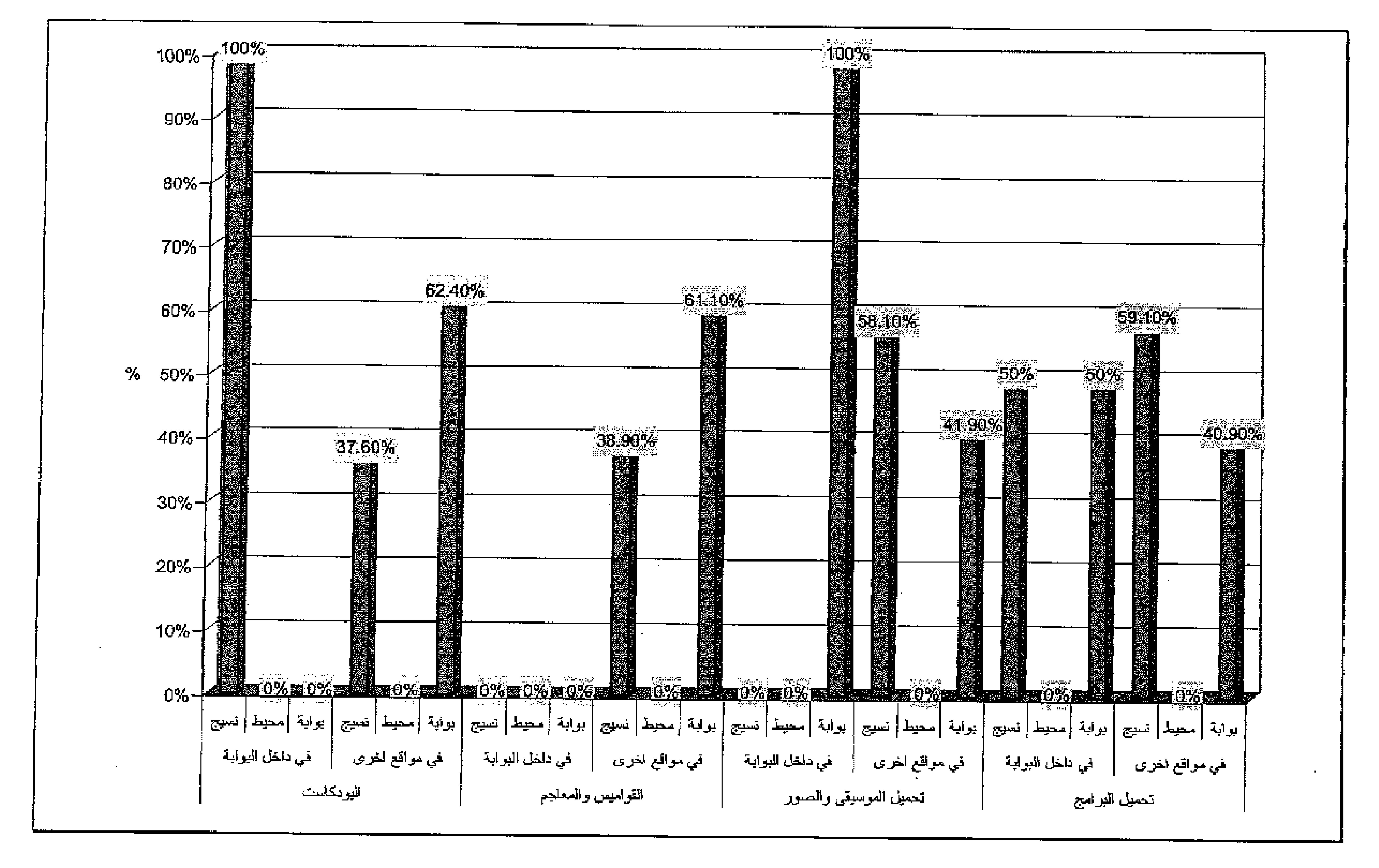
شكل (4-9 ب) الخدمات التي تقدمها البوابات إلى جانب المواد الإعلامية (الخدمات الإعلامية)



(ج)

خرائط ودليل المدن				عروض العمل				الموسيقى				الأفلام			
فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى	
تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
1	٪33.3	1404	٪57.4	0	0	124	٪36.9	0	٪	80	٪37.9	0	٪	66	٪19.9
1	٪33.3	0	٪	1	٪50	0	٪	0	٪	0	٪	0	٪	0	٪
1	٪33.4	1036	٪42.6	1	٪50	212	٪63.1	1	٪100	131	٪62.1	1	٪100	265	٪80.1
3	٪100	2440	٪100	2	٪100	336	٪100	1	٪100	221	٪100	1	٪100	331	٪100

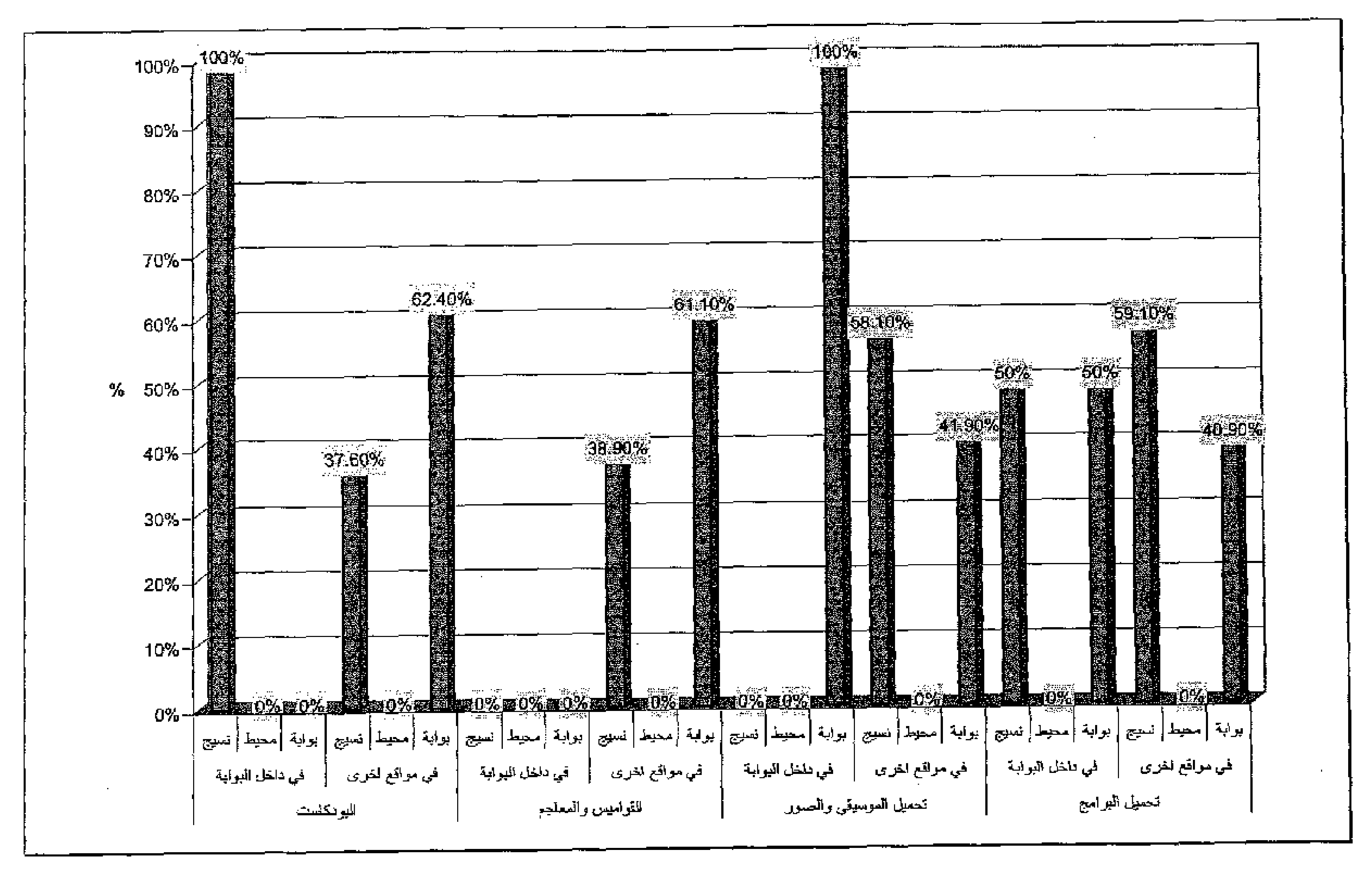
شكل (94 د) الخدمات التي تقدمها البوابات إلى جانب المواد الإعلامية (الخدمات الإعلامية)



(د)

البودكاست				القواميس والمعاجم				تحميل الموسيقى والصور				تحميل برامج			
فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى		فى داخل البوابة		فى مواقع أخرى	
تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
1	٪100	29	٪37.6	0	٪	46	٪38.9	0	٪	554	٪58.1	1	٪50	207	٪59.1
0	٪	0	%	0	٪	0	%	0	٪	0	٪	0	0	0	٪
0	٪	48	٪62.4	0	٪	72	٪61.1	1	٪100	398	٪41.9	1	٪50	143	٪40.9
1	٪100	77	٪100	0	٪	118	٪100	1	٪100	952	٪100	2	٪100	350	٪100

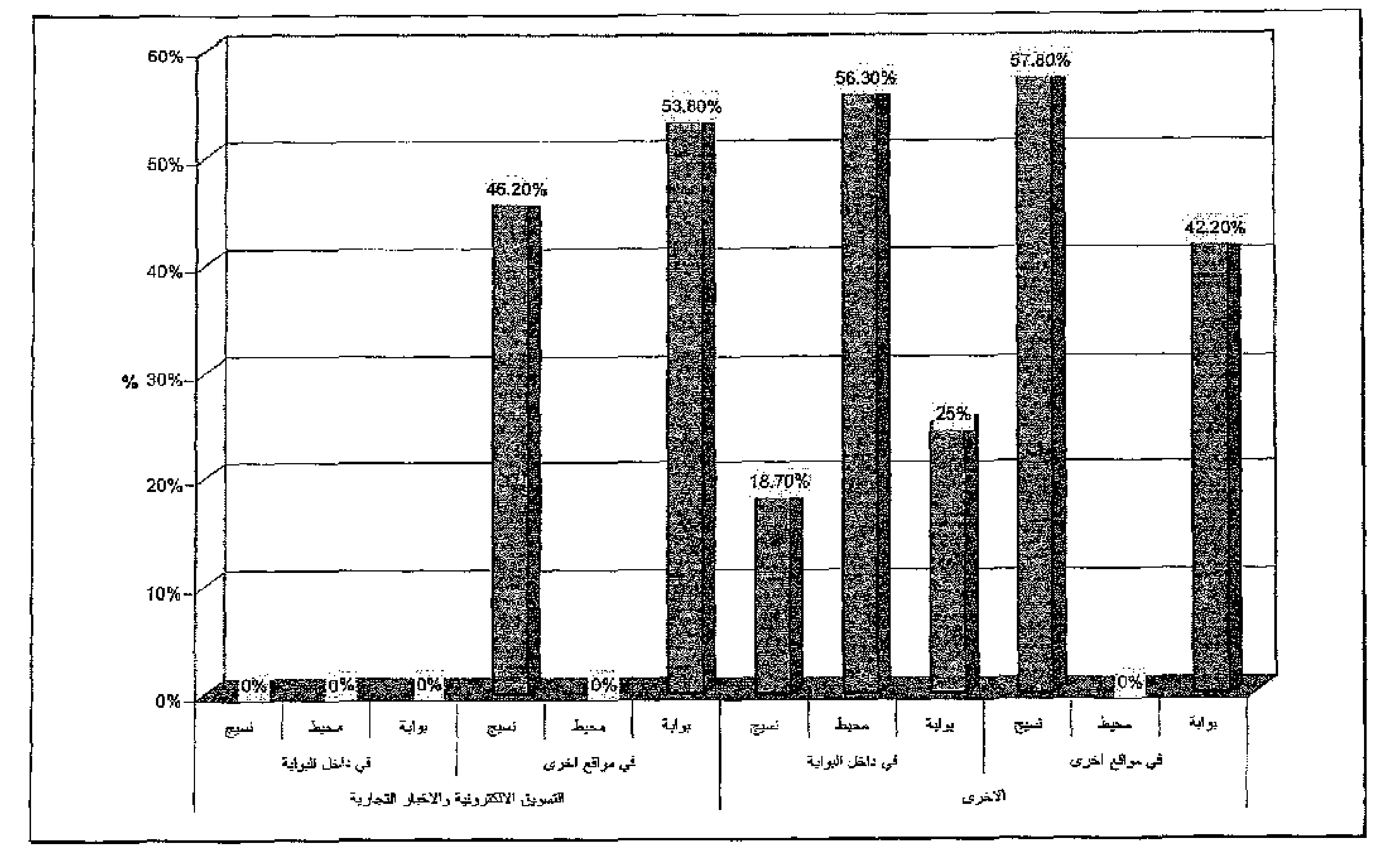
شكل (4-9 د) الخدمات التي تقدمها البوابات إلى جانب المواد الإعلامية (الخدمات الإعلامية)



(هـ)

التسويق الالكترونية والأخبار التجارية				الأخرى				المجموع	
في داخل البوابة		في مواقع أخرى		في داخل البوابة		في مواقع أخرى		في داخل البوابة	في مواقع أخرى
تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	تكرار
0	٪	767	٪46.2	3	٪18.7	1950	٪57.8	14	9925
0	٪	0	٪	9	٪56.3	0	٪	13	0
0	٪	891	٪53.8	4	٪25	1418	٪42.2	16	7041
0	٪	1658	٪100	16	٪100	3368	٪100	42	16966

شكل (4-9 هـ) الخدمات التي تقدمها البوابات إلى جانب المواد الإعلامية (الخدمات الإعلامية)



3- التفاعلية والمشاركة:

أتاحت تكنولوجيا الإتصالات الحديثة توسيع قاعدة مشاركة الجمهور وإيجاد أدوات تُمَكِنه من أن يصبح مشاركاً في صنع مادة الموقع، وإمكانية إسهامه بشكل مباشر في عملية التحرير عن طريق التعليق أو التصويت أو بتقديم الرأي المختلف أو بالحوار المباشر مع هيئة تحرير الموقع أو مع الشخصيات العامة المرتبطة بالحدث أو مع المستخدمين الآخرين، وتوفيرها خدمات الإتصال التفاعلي المباشر كغرف الحوار والدردشة والمنتديات والمدونات الإلكترونية.

وتأتي تفاعلية المواقع في مقدمة الأسباب التي تساعد على جذب الجمهور وعلى بناء علاقة تقوم على الثقة والمصداقية بين الموقع وجمهوره. كما يُعَدُّ تقديم الخدمات التفاعلية واحداً من أبرز مصادر تدعيم صناعة النشر الصحفي [53].

وتشمل التفاعلية والمشاركة ما يلي:

أ. تعليقات وآراء القراء الإلكترونية:

وفي هذا الصدد تشير نتائج التحليل وبحسب الجدول رقم (4-10) إلى توفير بوابة محيط للقارئ إمكانية التعليق وإبداء الرأي على المواد الإعلامية والإخبارية وبمعدل بلغ 5239 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 66.6٪ وهي بذلك حازت أعلى مستوى من التفاعلية بين القارئ وبين نص المادة الخبرية قياساً إلى بوابة البوابة التي أحرزت معدلاً قدره 2624 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 33.4٪ من إجمالي التعليقات وآراء القراء في البوابات مجتمعة.

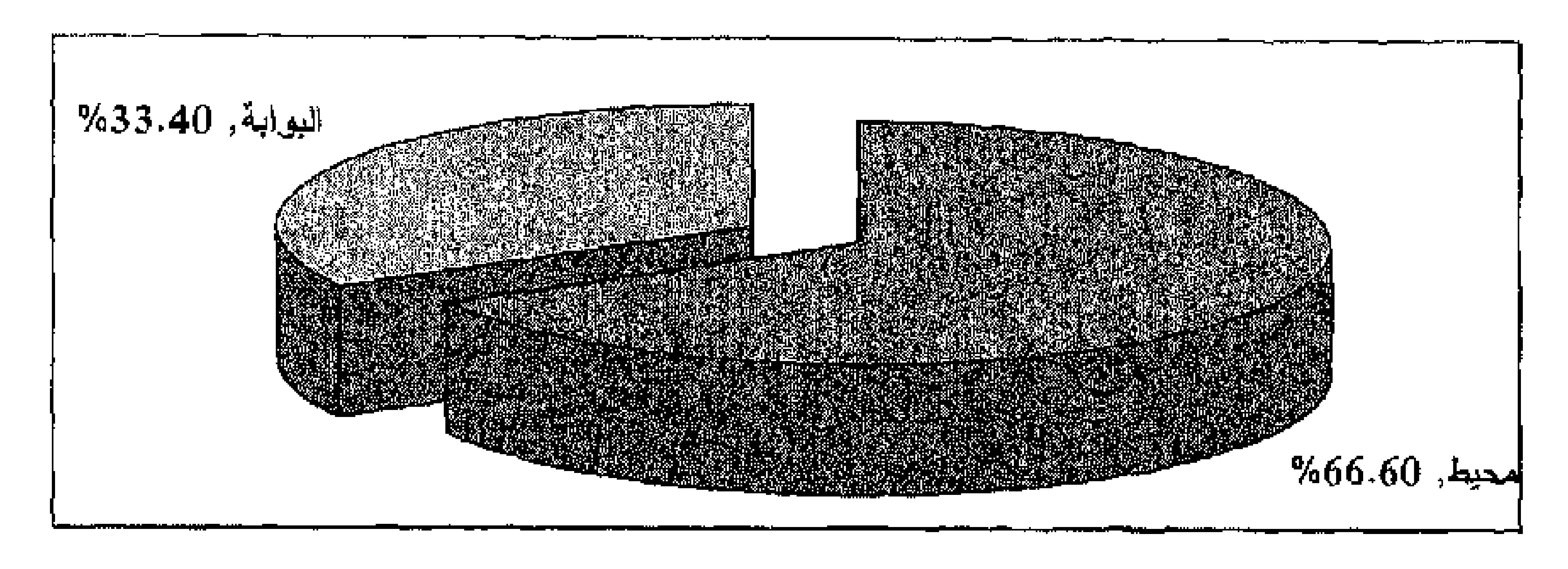
في حين لم تبين النتائج فضلاً عن ملاحظة الباحثة[54] وجود مثل هذه الوصلات التفاعلية في ذيل الأخبار والمواد الصحفية في بوابة نسيج.

ويمكن القول: أن أهم مميزات البوابات الإلكترونية الإعلامية تتمَثل في إتاحة مشاركة الجمهور مع ضمان حرية التعبير دون أي تدخل رقابي، كما أن هذه الميزة تُتيحُ للقارئ أن يكون مشاركاً (Participant) في العملية الاتصالية بدلاً من حالته كمراقب (Observer) في الإعلام التقليدي.

جدول رقم (4-10)
تعليقات وآراء القراء الإلكترونية في البوابات

اسم البوابة	التكرار	النسبة المئوية
محيط	5239	66.6٪
البوابة	2624	33.4٪
المجموع	**7863**	**100٪**

شكل (4-10) تعليقات وآراء القراء الإلكترونية في البوابات



ب. استطلاعات الرأي الإلكترونية:

وإذا انتقلنا إلى خدمة تفاعلية أخرى وهي استطلاعات الرأي الإلكترونية، فإنها موجودة ضمن خدمات البوابات الإلكترونية - موضوعة الدراسة - وبعناوين عدة.

وقد قامت الباحثة بإحصاء عدد الاستطلاعات في أثناء العينة الزمنية للدراسة وفي الخطوة الثانية قامت باحتساب معدل الوقت الذي يعرض فيه الموضوع للتصويت.

وبهذا الخصوص أشار الجدول رقم (4-11) إلى إحراز بوابة محيط المرتبة الأولى بمعدل (52) تكراراً تُمَثِلُ عدد الاستطلاعات وبنسبة مئوية قدرها 74.2٪ إذ تطرح بوابة محيط استطلاعاً في كل قسم من أقسام الموقع يتصل موضوعه بالعناوين

والمضامين الإخبارية للقسم الذي يظهر فيه، وهي موجودة ضمن خدمات محيط بعنوان (استطلاع)، أما بوابة نسيج فقد حققت معدلاً قدره (12) تكراراً تمثل استطلاعات الرأي فيها بنسبة مئوية قدرها 17.1٪ والتي تظهر بعناوين (شارك برأيك، وشارك بصوتك في الصفحة الرئيسة للبوابة وركن التواصل في نسيج الرياضية).

وتُتيحُ بوابة نسيج للقراء كتابة آرائهم في ثمانية من هذه الاستطلاعات في حين يُتاح للقارئ اختيار الإجابة عن أحد الخيارات التي يتضمنها الاستطلاع في الأربعة الأخرى منها.

وكشفت نتائج التحليل أيضاً أن بوابة البوابة حققت معدلاً قدره (4) تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 5.7٪ فأثناء مدة الدراسة ظهرت أربعة استطلاعات في نسختها العربية فقط وفي صفحة (صحتك وجمالك) والتي ظهرت بعنوان (الاستطلاع الأسبوعي).

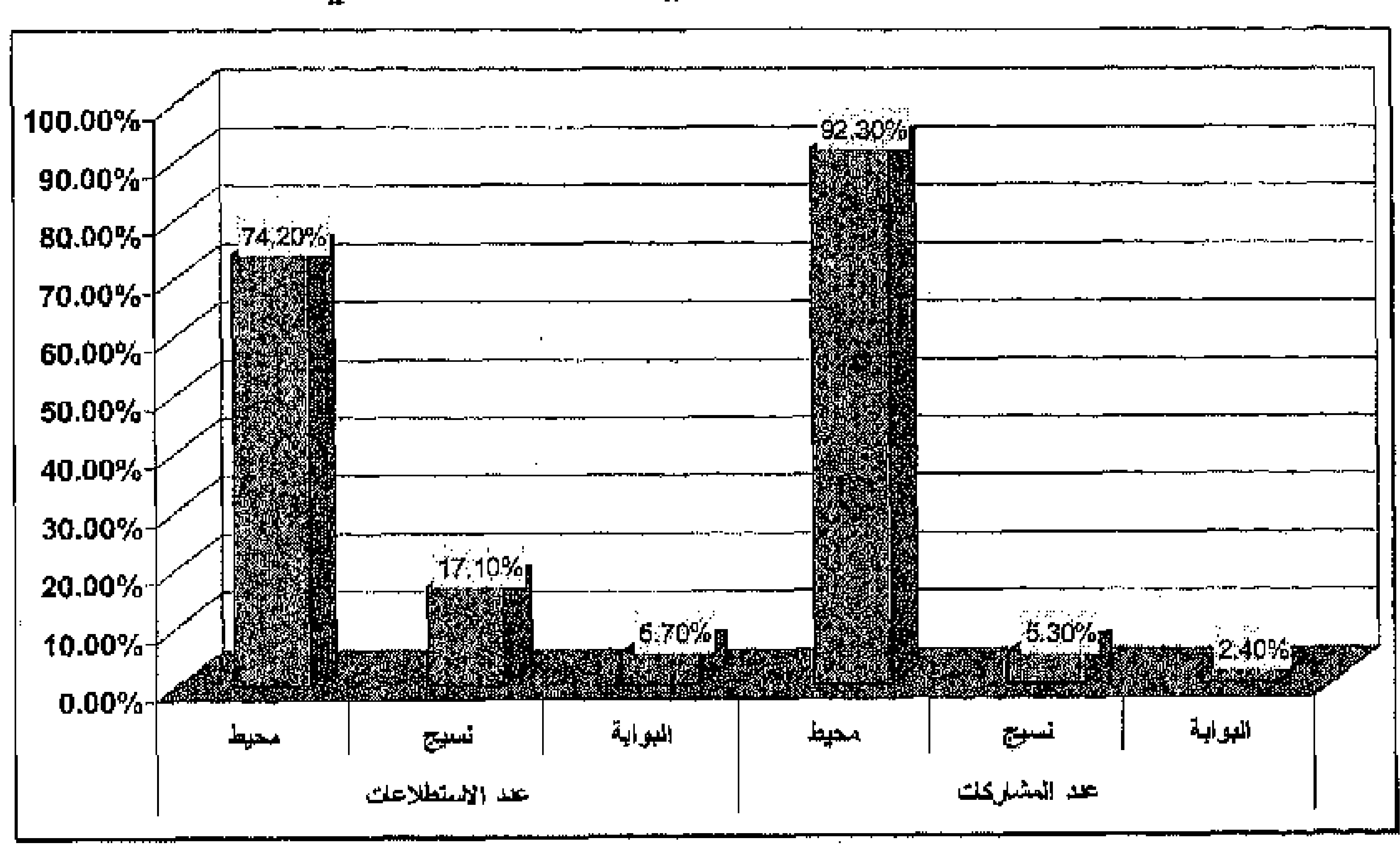
وبصفة عامة تميزت استطلاعات الرأي الإلكترونية في البوابات بالتجديد ومواكبة تطور الأحداث فقد كانت ترتكز على ما يُستَجَد من أخبار وأحداث وتطورات سياسية واقتصادية واجتماعية ورياضية وفنية على المستوى العربي والعالمي وتثير النقاش والآراء حول أهمها وأبرزها في أثناء العينة الزمنية للدراسة[55].

ومن مميزات صندوق التصويت في البوابات انه لا يسمح بالتصويت لأكثر من مرة، إلا انه يمكن التصويت من جديد عند إعادة الدخول إلى المواقع بعد مدة من الوقت، والأمر اللافت للانتباه أن صندوق التصويت في البوابات فيه ذاكرة إذ يوجد أرشيف يمكن للمتصفح عن طريقه معرفة موضوعات الاستطلاعات السابقة ونسبتها.

جدول رقم (4-11)
استطلاعات الرأي الإلكترونية في البوابات

البوابة	عدد الاستطلاعات		معدل مدة بقاء الاستطلاع بالأيام	عدد المشاركات	
	التكرار	النسب المئوية		التكرار	النسبة المئوية
محيط	52	%74.2	8	145431	%92.3
نسيج	12	%17.1	7	8387	%5.3
البوابة	4	%5.7	7	3623	%2.4
المجموع	**70**	**%100**		**157441**	**%100**

شكل (4-11) استطلاعات الرأي الإلكترونية في البوابات



جـ استبيانات الرأي الإلكترونية:

أما فيما يتعلق باستبيان الرأي، فقد حرصت بوابة نسيج على تمكين القارئ من المشاركة بالرأي والتعليق، إذ حققت المرتبة الأولى بمعدل (45787) تكراراً تُمثِلُ عدد مشاركات القراء بالاستبيان الذي وفرته نسيج بعنوان (تصويت) في قسم نسيج الرياضية في أثناء مدة الدراسة.

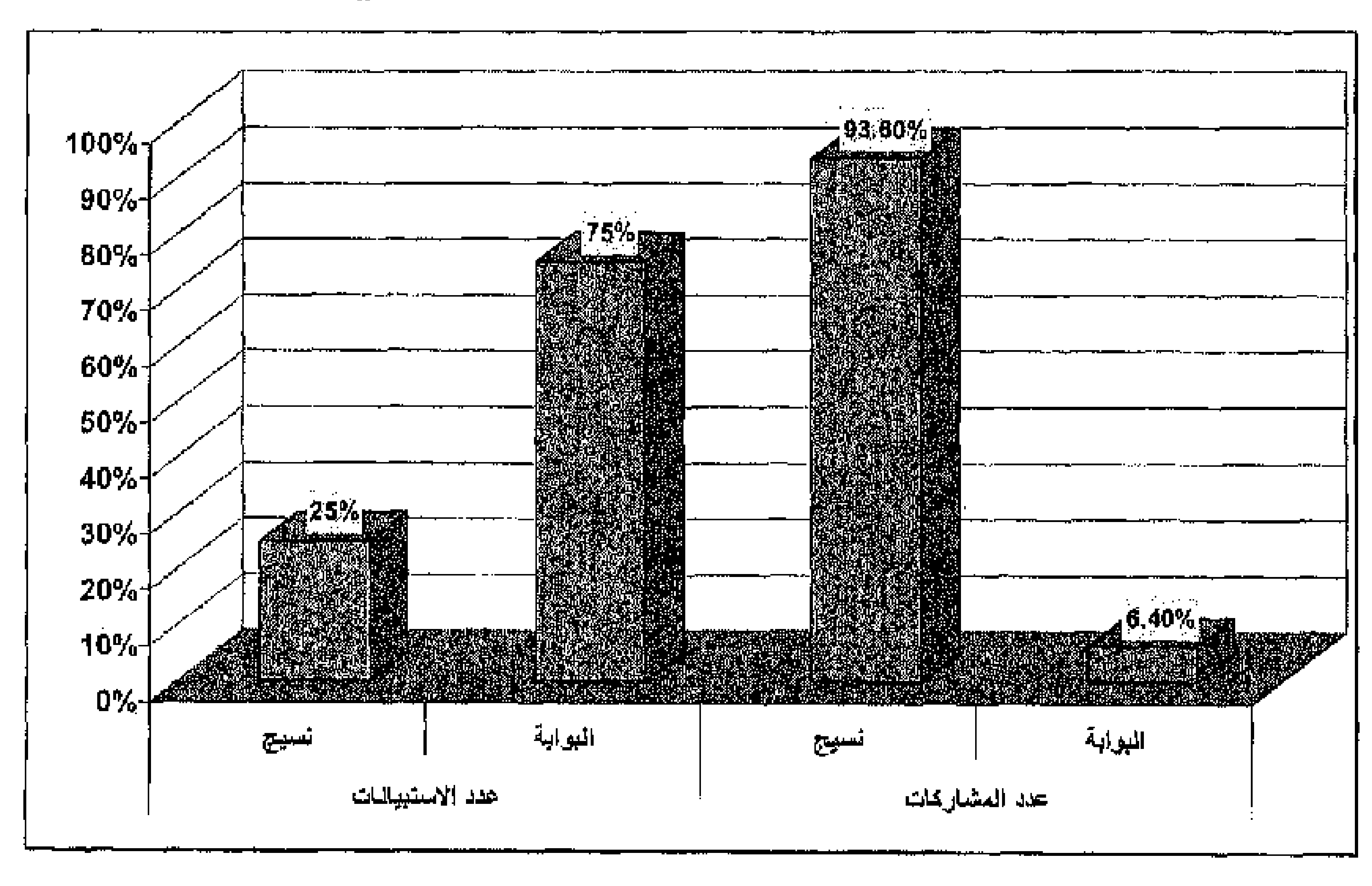
أما بوابة البوابة فقد جاءت بالمرتبة الثانية بعد أن أحرزت (3100) تكرار وبنسبة مئوية 6.4٪ تُمَثِلُ مشاركة القراء في الاستبيانين أحدهما في نسختها العربية والآخر في نسختها الإنكليزية، في حين لم توفر بوابة محيط خدمة الإتصال التفاعلي هذه فيما يخص استبيان الرأي كما هو واضح من بيانات الجدول رقم (4-12).

ومن المفيد الإشارة إلى أن مميزات صندوق التصويت هي ذاتها في صندوق تصويت استطلاعات الرأي.

جدول رقم (4-12)
استبيانات الرأي الإلكترونية في البوابات

البوابة	عدد الاستبيانات	النسبة المئوية	معدل مدة بقاء الاستبيان بالأشهر	عدد المشاركات	النسبة المئوية
نسيج	1	٪6.4	1	45787	٪93.6
البوابة	2	٪93.6	3	3100	٪6.4
المجموع	3	٪100		48887	٪100

شكل (4-12) استبيانات الرأي الإلكترونية في البوابات



د- المدونات الإلكترونية:

أصبحت صفحات المدونات أقرب إلى الجريدة أو الصحيفة الإلكترونية، إذ يمكن تناول وتبادل الرأي حول قضايا متعددة اجتماعية وسياسية واقتصادية وكتابة حديثة بإمضاء شباب الإنترنت، كما يتناقلون أخباراً لا تنقلها وسائل الإعلام التقليدية الرسمية وحتى الخاصة ويعلقون عليها بكل حرية وبلغة تبدو عادة نقدية رافضة لها سمة من الوصف والبساطة بهدف إيصال أصواتهم، ويسعون إلى التأثير والإسهام وبشكل عفوي في نقد وإظهار الواقع الذي يعيشونه بكل تناقضاته، ويمكن أن يكون لها تأثير وبشكل فاعل وقوي على الرأي العام، بعد أن أصبحت المدونات تُشَكِّلُ إعلاماً رقمياً حقيقياً وتفاعلياً [56].

ويبدو من بيانات الجدول رقم (4-13) أن بوابة البوابة وفرت للمتصفح فرصة إنشاء المدونات داخل البوابة وقد بلغ معدل المدونات فيها والتي تقدم خدمات إخبارية (17724) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 100٪ إذ لم تظهر النتائج وجود المدونات في كل من بوابتي محيط ونسيج.

أما المدونات التي تقدم الخدمات المعلوماتية فقد بلغت معدلاً قدره 1244 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 100٪ أيضا للسبب ذاته، وكذلك الأمر يتكرر بخصوص المدونات التي تحمل مضامين أخرى منها ما له علاقة بالموسيقى والترفيه أو أفكار وآراء المدونين أو المذكرات وغيرها من الموضوعات المتنوعة إذ بلغ معدلها 19610 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 100٪.

وإذا ما قرر المتصفح اختيار صفحات المدونات عن طريق رابط لمواقع أخرى، فإن بوابة نسيج أتاحت للقارئ فرصة تصفح المدونات عن طريق رابط إلى موقع بوابة البوابة لذا جاءت معدلات تكرار المدونات فيها مساوياً إلى معدلات المدونات في داخل بوابة البوابة إذ يظهر في الجدول أعلاه أن المدونات الإخبارية جاءت بمعدل 17724 تكراراً وبنسبة مئوية 99.6٪، وتليها بوابة البوابة بمعدل بلغ 74 تكراراً وبنسبة مئوية 4٪.

أما فيما يخص مدونات المعلومات فقد نالت معدلاً بلغ 1244 تكراراً في بوابة نسيج وبنسبة مئوية 96٪، أما بوابة البوابة فقد حققت معدلاً بلغ 53 تكراراً وبنسبة مئوية 4٪.

وفيما يتعلق بمدونات الموضوعات الأخرى فقد نالت معدلاً بلغ 19610 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 99.5٪ في بوابة نسيج، وأخيراً بوابة البوابة بمعدل بلغ 103 تكرارات وبنسبة مئوية 0.5٪ من إجمالي المدونات الأخرى في البوابات مجتمعة.

وتشير بيانات العرض السابق أن بوابة البوابة حققت أعلى مستوى من الاهتمام بتوفير المدونات سواء إتاحة فرصة إنشائها لقراء البوابة أو تصفح وقراءة المدونات في المواقع الأخرى.

وقبل ذلك، كانت البوابة من أوائل المواقع العربية التي أتاحت للمستخدمين إنشاء مدونات باللغة العربية [57]، كما تجدر الإشارة إلى أن المشرفين على بوابتي محيط[58] ونسيج[59] أكدوا على التوجه إلى تقديم خدمة المدونات في خطة التطوير القادمة للبوابة.

هـ- المنتديات الإلكترونية:

أتاحت التكنولوجيا الحديثة إمكانية نقل الأخبار وإمكانية إدماج زوار المواقع في تقديم المحتوى الإخباري بوسائل عديدة منها المنتديات الإلكترونية.

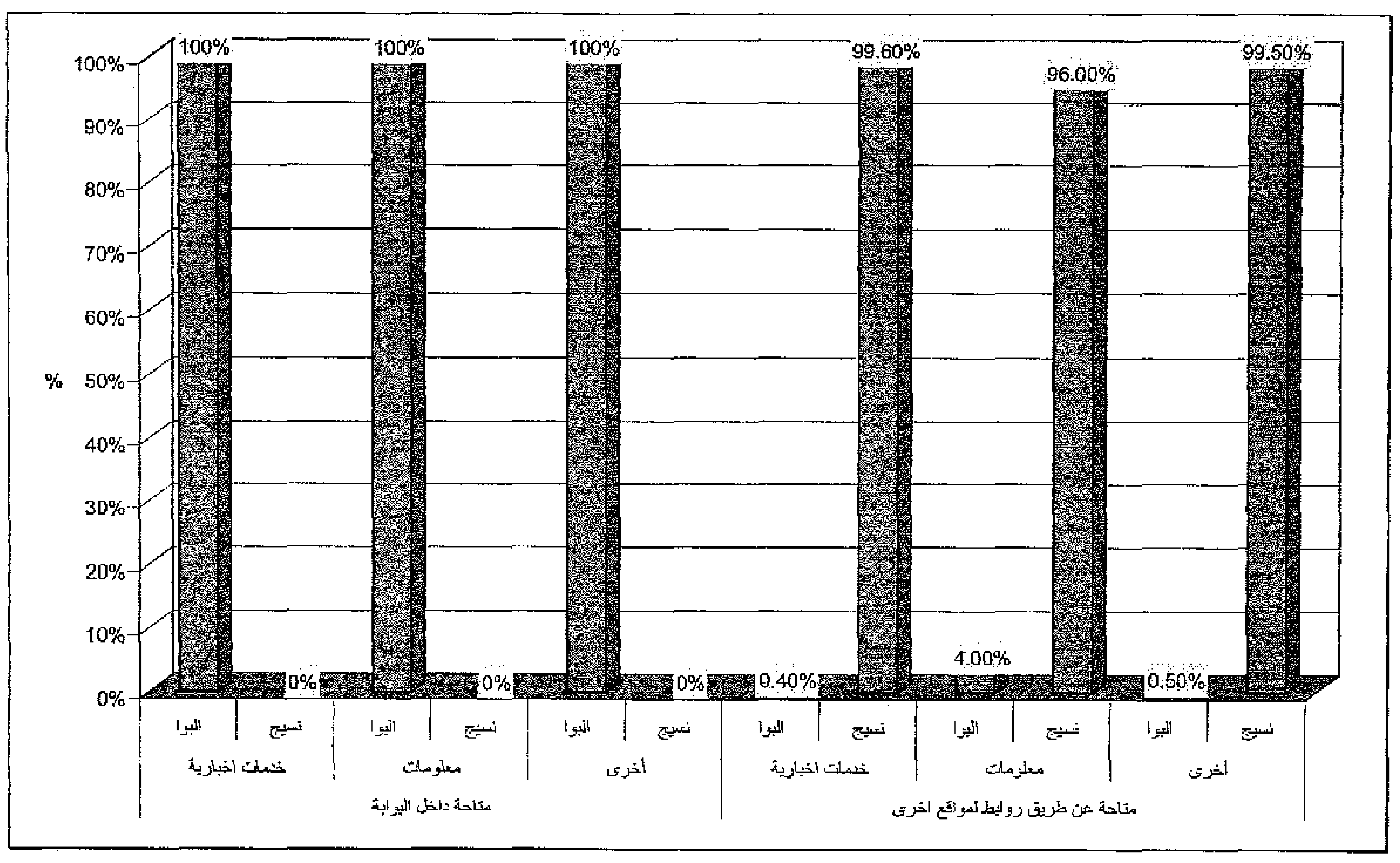
ولعل المنتديات كانت وما زالت حتى وقت قريب - قبل انتشار المدونات - الوسيلة الأهم للتفاعلية عبر الإنترنت، وقد اتجهت بعض المواقع الإعلامية والتي أتاحت بصورة كبيرة خدمة المنتديات إلى توظيفها في صناعة الخبر مثل موقع إسلام اون لاين[60].

جدول رقم (4-13)

المدونات الالكترونية في البوابات

اسم البوابة	متاحة داخل البوابة						متاحة عن طريق روابط لمواقع أخرى						المجموع
	خدمات إخبارية		معلومات		أخرى		خدمات إخبارية		معلومات		أخرى		
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
البوابة	17724	٪100	1244	٪100	19610	٪100	74	٪0.4	53	٪4	103	٪0.5	38818
نسيج	0	٪	0	٪	0	٪	17724	٪99.6	1244	٪96	19610	٪99.5	38578
المجموع	**17724**	**٪100**	**1244**	**%100**	**19610**	**٪100**	**17798**	**٪100**	**1297**	**٪100**	**19713**	**٪100**	**77386**

شكل (4-13) المدونات الالكترونية في البوابات



وفي ضوء الجدول رقم (4-14) الذي توزعت عليه المنتديات التي وفرتها البوابات – موضوعة الدراسة –، يتبين أن بوابة نسيج أتاحت خدمة المنتديات والتي صُنفتْ مابين منتديات متاحة داخل الموقع والتي تعرض خدمات إخبارية حققت معدل 3 تكرارات وبنسبة مئوية 42.8٪ تقابلها في بوابة البوابة بمعدل 4 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 57.2٪.

أما منتديات المعلومات في بوابة نسيج فقد جاءت بمعدل 26 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 92.8٪ تقابلها في بوابة البوابة بمعدل بلغ تكرارين وبنسبة مئوية 7.2٪.

وفيما يخص منتديات الموضوعات الأخرى فكانت بمعدل 5 تكرارات وبنسبة مئوية 83.3٪، في بوابة نسيج يقابلها تكرار واحد وبنسبة مئوية قدرها 16.7٪ في بوابة البوابة.

أما إذا انتقلنا إلى المنتديات المتاحة عن طريق روابط لمواقع أخرى فتُظْهِر نتائج الجدول ذاته، أن المنتديات الإخبارية جاءت بمعدل 214 تكراراً وبنسبة مئوية 20.6٪ في بوابة نسيج، يقابلها 827 تكراراً؛ إذ جاءت بنسبة مئوية أعلى قدرها 79.4٪ في بوابة البوابة، وبلغت منتديات المعلومات معدلاً قدره 1307 تكراراً وبنسبة مئوية 96.7٪ وهي نسبة أعلى من بوابة البوابة التي بلغت 344 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 3.3٪.

وكذلك منتديات الموضوعات الأخرى أو ما يمكن أن نطلق عليها المتنوعة فقد حققت في بوابة نسيج أعلى معدل بلغ 98 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 85.2٪ ويقابلها 17 تكراراً وبنسبة مئوية 14.8٪ في بوابة البوابة.

وهكذا تدل البيانات السابقة أن المنتديات الإلكترونية أقتصر وجودها أو توافر في بوابتي نسيج والبوابة إذ لاحظت الباحثة غياب هذه الميزة في بوابة محيط.

وكشفت النتائج كما يوضحها الجدولان رقم (4-13) و(4-14) وملاحظات الباحثة[61] أن الموضوعات والقضايا التي تتيحها المدونات الإلكترونية والمنتديات الإلكترونية، كانت أكثر شمولاً واتساعاً من موضوعات استطلاعات واستبيانات

الرأي، بما يتناسب مع طبيعة المساحة الواسعة التي تتيحها المدونات والمنتديات للقارئ أو المتصفح.

وخلاصة القول: كشفت الجداول من (4-10) إلى (4-14) أن البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- وفرت أساليب حديثة للوصول إلى المعلومات والأخبار فضلاً عن كونها تُمَثِل فرصة للاندماج بين القراء وساحة للحوار الفاعل بين القراء والبوابات، وذلك بالإفادة من المزايا التفاعلية في الإنترنت، إلا أن النتائج أظهرت تفاوتاً في استثمار هذه المزايا بين البوابات - عينة الدراسة-.

وإن هذا التفاوت يقترب مع نتائج إحدى الدراسات العربية[62]، التي تعرضت إلى التفاعلية في المواقع الإخبارية وأشارت النتائج إلى أن الصحافة العربية في الإنترنت لا تستثمر الإمكانات التي تتيحها الثورة الرقمية، وأن غالبيتها لا تهتم بإقامة وسيلة إتصال ثنائية الاتجاه بينها وبين المتلقي، بل تكتفي بنشر آراء محرريها دون الاهتمام بآراء الجمهور وأن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخبرية أو المعلومات المتاحة في الموقع الإخباري في أدنى مستوياته، بسبب لجوئها إلى إعادة نشر النسخة المطبوعة من الجريدة الورقية.

ثانيا: جانب الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية:

1- الفنون الصحفية:

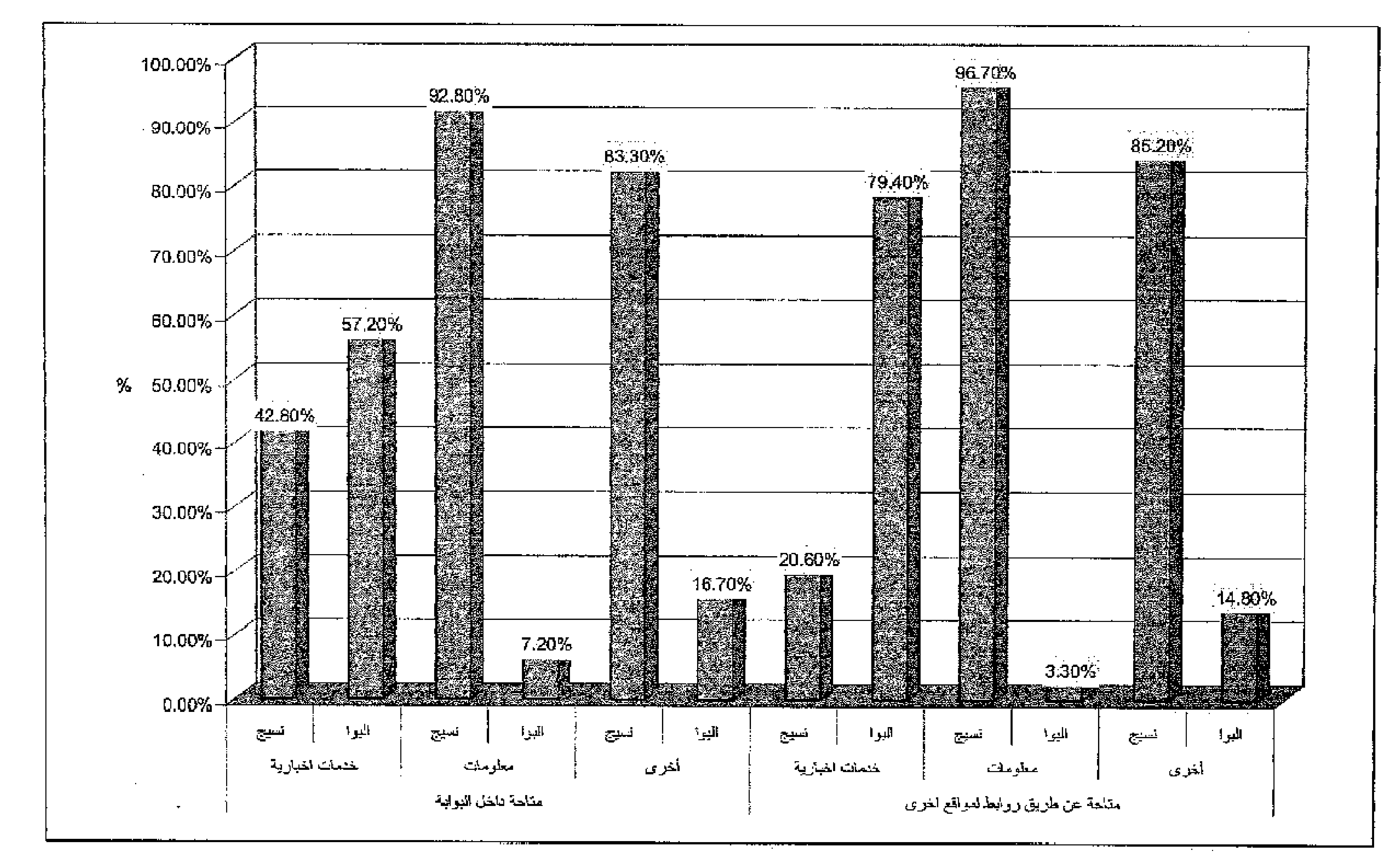
إن البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- تولي الأخبار اهتماماً تتقدم فيه على غيرها من الفنون الصحفية، فقد احتلت الأخبار المساحة الأبرز بين هذه الفنون، ويمكن تفسير ذلك بنتائج الجدول رقم (4-15)، وهو ما قد يؤشر أهمية الأخبار في البوابات الإلكترونية بوصفها تملك خاصية الآنية والفورية في التغطية الإخبارية للأحداث ومن ثمَّ وضوح الطبيعة الإخبارية للبوابات - موضوعة الدراسة -، إذ بلغت أعدادها 6408 خبراً بنسبة 86٪ من مجمل الفنون الصحفية المستخدمة والبالغة

جدول رقم (4-14)

المنتديات الالكترونية في البوابات

اسم البوابة	متاحة داخل الموقع						متاحة عن طريق المواقع الأخرى						المجموع
	خدمات إخبارية		معلومات		أخرى		خدمات إخبارية		معلومات		أخرى		
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	
نسيج	3	٪42.8	26	٪92.8	5	٪83.3	214	٪20.6	1307	٪96.7	98	٪85.2	1653
البوابة	4	٪57.2	2	٪7.2	1	٪16.7	827	٪79.4	44	٪3.3	17	٪14.8	895
المجموع	**7**	**٪100**	**28**	**٪100**	**6**	**٪100**	**1041**	**٪100**	**1351**	**٪100**	**115**	**٪100**	**2548**

شكل (14-4) المنتديات الالكترونية في البوابات



7448، واحتلت التقارير الصحفية المرتبة الثانية بنسبة 6٪ كمؤشر على مكانة هذا الفن الصحفي وعلى ما يقدمه للقراء من متابعات وتفصيلات بخاصة في مجال التقارير الإخبارية وهذا ما ستشير إليه في الصفحات اللاحقة، وتلتها في الأهمية المقالات الصحفية إذ بلغت نسبتها 4.9٪ من مجمل الفنون الصحفية المستخدمة في البوابات الإلكترونية، وهي تعكس تواضع اهتمام البوابات بالمقالات الصحفية في التغطية الإخبارية.

أما التحقيقات الصحفية فقد أخذت حيزاً لا بأس به من اهتمام البوابات الإلكترونية إذ بلغت نسبة استخدام التحقيقات الصحفية 1.8٪، وتشير النتائج إلى أن الحوارات الصحفية جاءت بنسبة مقاربة إلى التحقيقات الصحفية إذ بلغت 1.2٪ وهي نسبة لا بأس بها على الرغم من كونها متدنية إذا ما أخذنا بنظر الاعتبار أن نسبة الأخبار كانت مرتفعة جداً.

أما الإعلانات فقد أخذت حيزاً صغيراً في البوابات الإلكترونية إذ بلغت نسبتها 0.1٪ من مجمل الفنون الصحفية المستخدمة.

وتدعم هذه النتائج ما توصلت إليه دراسة حديثة [63]، لاسيما رصدها للأخبار في دراسة لأربعة مواقع للصحافة الإلكترونية العربية (إيلاف، باب، الجريدة، سودانيل)، إذ شكل الخبر الصحفي أولوية في الفنون الصحفية المستخدمة في الصحف الإلكترونية لتستثمر إحدى ميزات الإنترنت في تقديم الخبر الآني للقراء ولتكون أحد الأسس الرئيسة لتوفر كماً هائلاً من المعلومات بين يدي القراء.

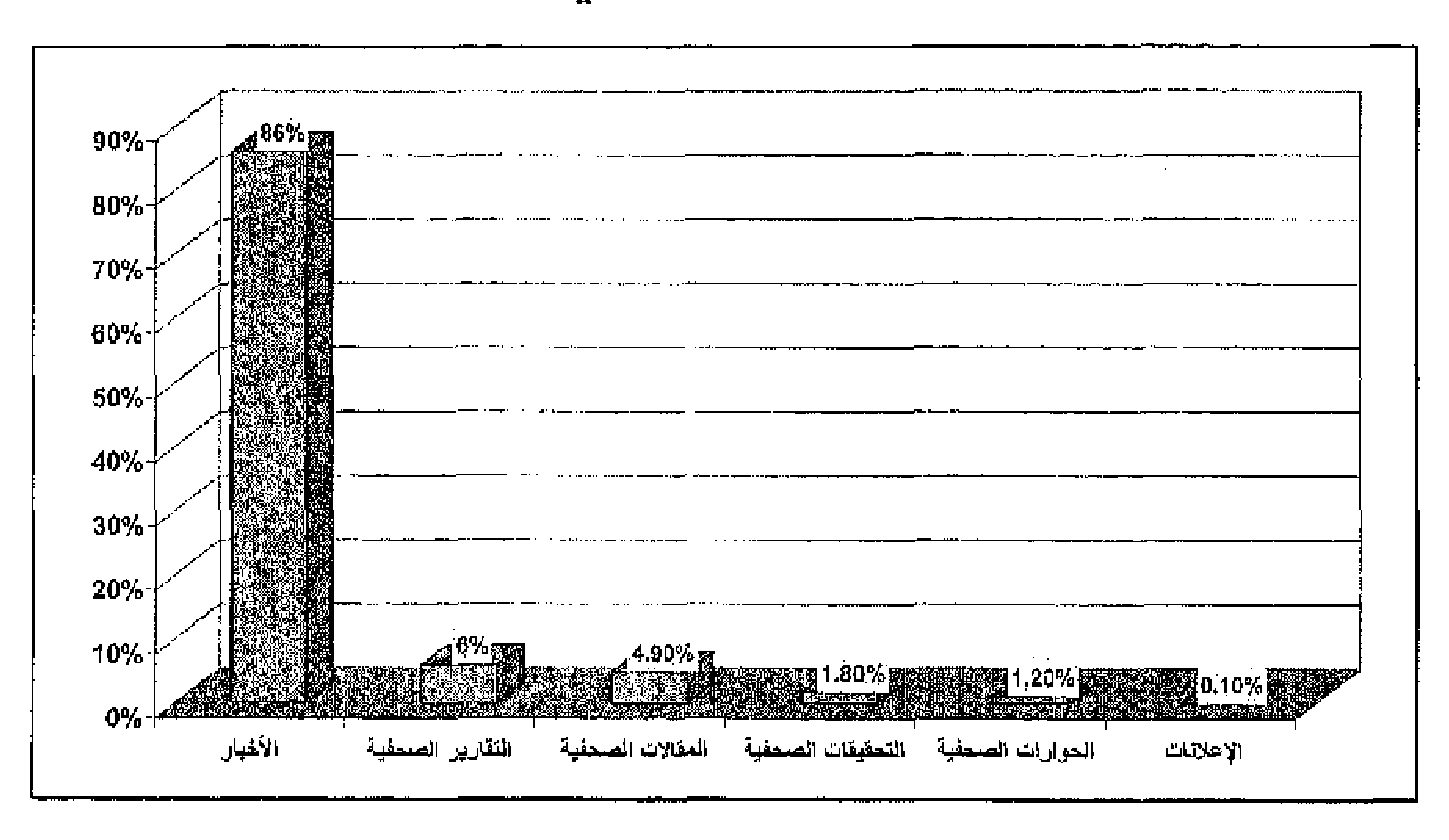
ويوضح لنا جدول رقم (4-16) نسبة الفنون الصحفية المستخدمة في كل بوابة من بوابات الدراسة بشكل تفصيلي، إذ تقدمت بوابة محيط بنسبة 45.4٪ من مجمل الفنون الصحفية المستخدمة في البوابات لذا احتلت المرتبة الأولى وتلتها بوابة نسيج بنسبة 28.4٪ ولم تكن بوابة البوابة التي احتلت المرتبة الثالثة بعيدة جداً عن هذه النسبة إذ بلغت 26.2٪ من مجمل الفنون الصحفية المستخدمة في البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة -.

جدول رقم (4-15)

الفنون الصحفية المستخدمة في البوابات الإلكترونية

القوى الصحفية	التكرارات	النسبة المئوية
الأخبار	6408	%86
التقارير الصحفية	448	%6
المقالات الصحفية	363	%4.9
التحقيقات الصحفية	133	%1.8
الحوارات الصحفية	84	%1.2
الإعلانات	12	%0.1
المجموع	**7448**	**%100**

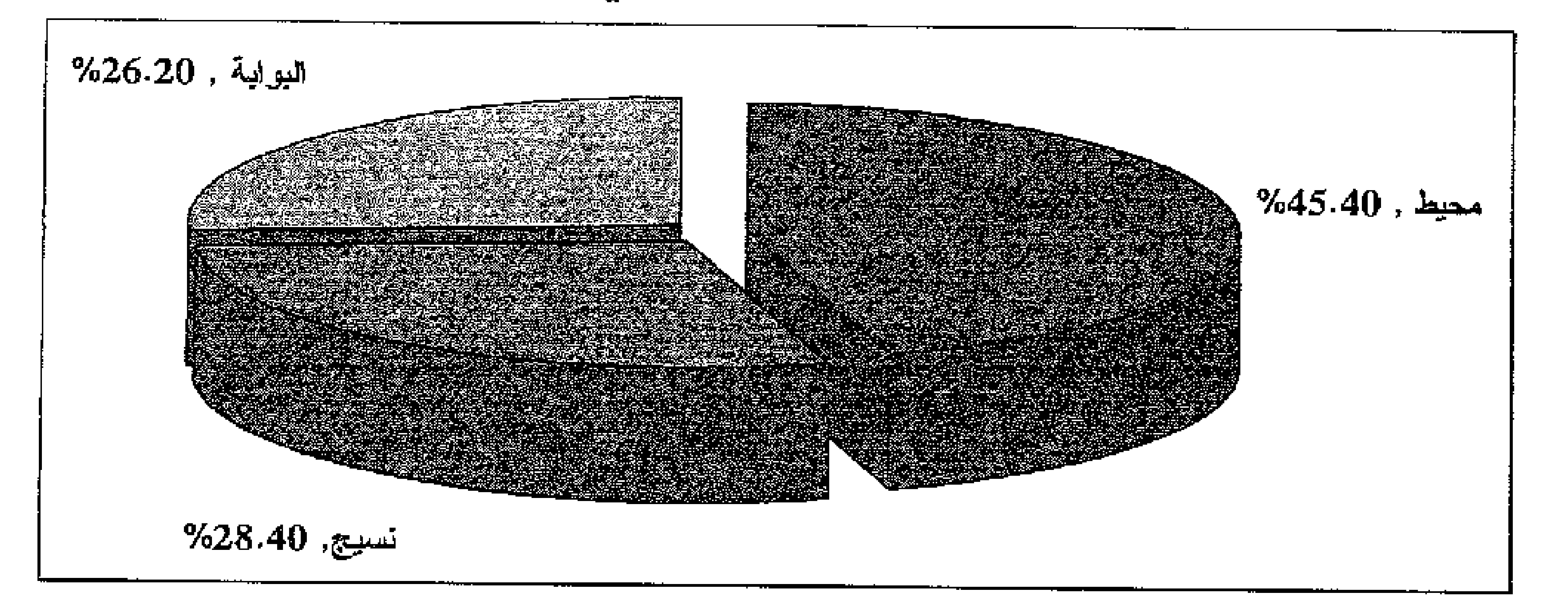
شكل (4-15) الفنون الصحفية المستخدمة في البوابات الإلكترونية



جدول رقم (16-4): الفنون الصحفية في كل بوابة

اسم البوابة	الأخبار	التقارير الإخبارية	المقالات الصحفية	التحقيقات الصحفية	الحوارات الصحفية	الإعلان	المجموع	النسبة المئوية	التسلسل المرتبي
محيط	2822	272	144	74	70	2	3384	٪45.4	1
نسيج	1894	61	101	42	14	4	2116	٪28.4	2
البوابة	1692	115	118	17	0	6	1948	٪26.2	3
المجموع	**6408**	**448**	**363**	**133**	**84**	**12**	**7448**	**٪100**	

شكل (16-4) الفنون الصحفية في كل بوابة



الجدول رقم (4-17) يوضح نسبة الأخبار التي تبثها البوابات -موضوعة الدراسة- إلى إجمالي الأخبار في البوابات مجتمعة، وقد تبين في هذا الجدول أن محيط تبث نسبة 44٪ من إجمالي الأخبار تقابلها نسبة 29.5٪ في بوابة نسيج تليها نسبة 26.5٪ في بوابة البوابة ومن الواضح هنا تفوق بوابة محيط في مجموع ما تبثه والذي بلغ 2822 خبراً مقارنة بإجمالي عدد الأخبار البالغ 6408 خبراً.

أما التقارير فقد حققت محيط أيضاً نسبة عالية قدرها 60.7٪ قياساً إلى عدد التقارير الصحفية، وعددها 448 تقريراً في حين كانت نسبتها في البوابة 25.7٪ تلتها بوابة نسيج بنسبة 13.6٪ بتركيزها على الجانب الإخباري.

ويلاحظ أن إجمالي الأخبار والتقارير الصحفية بلغ 6856 مقابل 592 فناً من الفنون الصحفية الأخرى موزعة على المقالات والتحقيقات والحوارات والإعلانات الأمر الذي يشير مرة أخرى إلى الدور الإخباري للبوابات -موضوعة الدراسة[64].

وجاءت إجابات رؤساء التحرير في البوابات نسيج، محيط، البوابة لتفسير هذا المؤشر حين أجاب السيد رئيس تحرير نسيج[65]: بأن أبرز المضامين التحريرية التي تقدمها البوابة هي الأخبار والتقارير والتحقيقات والحوارات والمواد المساندة من صور وجداول ومواد فيلمية[*]، وكذلك أجاب السيد رئيس تحرير البوابة حين أشار إلى أن الأخبار والتقارير والتحليلات وبعض مقالات الرأي هي أبرز المضامين التحريرية وهو الأمر نفسه الذي أكده السيد رئيس تحرير محيط، مما يعني أن الأخبار والتقارير الإخبارية هي الأبرز في فنون التحرير الصحفي التي تستخدمها البوابات وقد كانت نسبة المقالات الصحفية من بوابة محيط هي 39.7٪ قابلتها نسبة 32.5٪ في بوابة البوابة وتأتي بعدهما بوابة نسيج بنسبة 27.8٪.

وتبقى بوابة محيط تحرز المرتبة الأولى من إجمالي ونسب الفنون الصحفية الأخرى ومنها التحقيقات الصحفية بنسبة 55.7٪ من إجمالي التحقيقات الصحفية في البوابات كافة، بعدها بوابة نسيج بنسبة 31.6٪ ثم بوابة البوابة بنسبة 12.7٪.

أما الحوارات الصحفية فكان واضحاً كما ورد سابقاً إحراز بوابة محيط نسبة

عالية قياساً إلى بوابة نسيج إذ كانت نسبتها 83.3٪ إلى 16.7٪ في بوابة نسيج ولم تظهر النتائج استخدام بوابة البوابة لفن الحوار الصحفي لكنها حققت نسبة 50٪ من إجمالي الإعلانات في البوابات وهذا ما يلاحظه القارئ عند تصفح بوابة البوابة إذ يلمس تميزها في عدد الإعلانات ومستوى إخراجها الفني لها.

في مقابل ذلك تأتي بوابة نسيج بنسبة 33.3٪ ثم بوابة محيط بنسبة 16.7٪ وبصفة عامة فإن كل موقع من مواقع البوابات، بل كل قسم من أقسامها بما في ذلك الصفحة الرئيسة (Page home) يتوزع من الناحية التحريرية على أغلب فنون التحرير الصحفي فهناك الأخبار والتقارير والمقالات والحوارات والتحقيقات، وبطبيعة الحال يختلف استخدام البوابات - موضوعة الدراسة - لفنون التحرير الصحفي المختلفة بحسب الأحداث وطبيعتها لكن يلاحظ هيمنة الأخبار والتقارير ومن ثمَّ المقالات بصورة واضحة.

ولا شك أن هيمنة الأخبار والتقارير قد تؤكد الطابع الإخباري المستمر والمتجدد لمحيط ونسيج والبوابة كبوابات إلكترونية إعلامية، من جانب آخر فإن محدودية الاهتمام بالحوارات والتحقيقات قد جرى تعويضه في الأبواب الإخبارية الأخرى كما سيتضح في تحليل نتائج جداول تعدد الأبواب الإخبارية التي تُمَثِلُ الملفات العربية والعالمية والأخرى. كما أن مادة الخبر خُصِصَتْ لها مساحة أكبر في الصفحات الرئيسة أو المتخصصة للبوابات ومُنِحَتْ الأولوية.

وفيما يتعلق بالفنون الصحفية في كل بوابة من بوابات الدراسة منفردة، فقد احتلت الأخبار المرتبة الأولى في بوابة نسيج بنسبة 89.6٪، تليها المقالات الصحفية بنسبة 4.8٪ لتحتل المرتبة الثانية ثم جاءت التقارير الصحفية بنسبة 2.9٪ فيما احتلت التحقيقات الصحفية المرتبة الرابعة بنسبة 1.9٪ أما الحوارات الصحفية فلم تحقق سوى نسبة 0.7٪ من مجمل الفنون الصحفية المستخدمة في بوابة نسيج والأمر نفسه يتكرر في استخدام الإعلانات إذ احتلت المرتبة السادسة وبنسبة متدنية بلغت 0.1٪ وهذا ما يشير إلى أن الإعلان يشكل جزءاً من مصادر تمويل بوابة نسيج، إلا أن المصدر الرئيس يأتي من الشركة المالكة وهي شركة متخصصة في مجال المعلومات[66].

جدول رقم (17-4)

الفنون الصحفية في البوابات

اسم البوابة	الأخبار		التقارير		المقالات الصحفية		التحقيقات الصحفية		الحوارات الصحفية		الإعلانات	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	1894	%29,5	61	%13,6	101	%27,8	42	%31,6	14	%16,7	4	%33,3
محيط	2822	%44	272	%60,7	144	%39,7	74	%55,7	70	%83,3	2	%16,7
البوابة	1692	%26,5	115	%25,7	118	%32,5	17	%12,7	0	0	6	%50
المجموع	**6408**	**%100**	**448**	**%100**	**363**	**%100**	**133**	**%100**	**84**	**%100**	**12**	**%100**

شكل رقم (17-4) الفنون الصحفية في البوابات

90.00%
80.00%
70.00%
60.00%
50.00%
40.00%
30.00%
20.00%
10.00%
0.00%

29.50%
44%
26.50%
13.60%
60.70%
25.70%
27.80%
39.70%
32.50%
31.60%
55.70%
12.70%
16.70%
83.30%
0%
33.30%
16.70%
50%

نسيج
محيط
البوابة
نسيج
محيط
البوابة
نسيج
محيط
البوابة
نسيج
محيط
البوابة
نسيج
محيط
البوابة
نسيج
محيط
البوابة

الأخبار
التقارير
المقالات الصحفية
التحقيقات الصحفية
الحوارات الصحفية
الإعلانات

تقابل ذلك نسبة 83,3٪ احتلتها الأخبار من مجموع الفنون الصحفية في بوابة محيط وكان واضحاً اهتمام محيط بالتقارير الصحفية إذ جاءت بالمرتبة الثانية بتحقيقها نسبة 8٪ وهي تجمع بين التقارير الإخبارية وتقارير الرأي وفي الموضوعات السياسية والاقتصادية والرياضية وهو ما سنتناوله في الجداول اللاحقة بالتفصيل، وقد تلت المقالات الصحفية التقارير بنسبة 4,3٪.

أما التحقيقات الصحفية فقد بلغت نسبتها في بوابة محيط 2.1٪ وبنسبة مقاربة لها كانت الحوارات الصحفية وعددها 70 حواراً وهي نسبة 2٪ أما الإعلانات فتكاد نسبتها لا تذكر فقد جاءت بنسبة 0,05٪من مجمل الفنون الصحفية في محيط، الأمر الذي يعني أن بوابة محيط لا تعتمد الإعلانات مصدراً رئيساً للتمويل كما أكد ذلك السيد عامر عبد المنعم رئيس تحريرها [67]، بقوله «إن الموقع تنفق عليه شركة خاصة ولا يعتمد على الإعلانات».

إن الأخبار في بوابة البوابة حققت الترتيب الأول بين الفنون الصحفية كما هو في بوابتي نسيج ومحيط لتأتي بنسبة 86,8٪ تليها المقالات الصحفية بنسبة 6٪وتماثلها تقريبا التقارير الصحفية بنسبة 5,9٪ وقد لاحظت الدراسة[68] أنها تنوعت بين تقارير إخبارية وتقارير رأي لاسيما للموضوعات السياسية والرياضية. أما التحقيقات الصحفية فكانت نسبتها 0,9٪ وهي نسبة قليلة قياساً إلى مجمل الفنون الصحفية في بوابة البوابة.

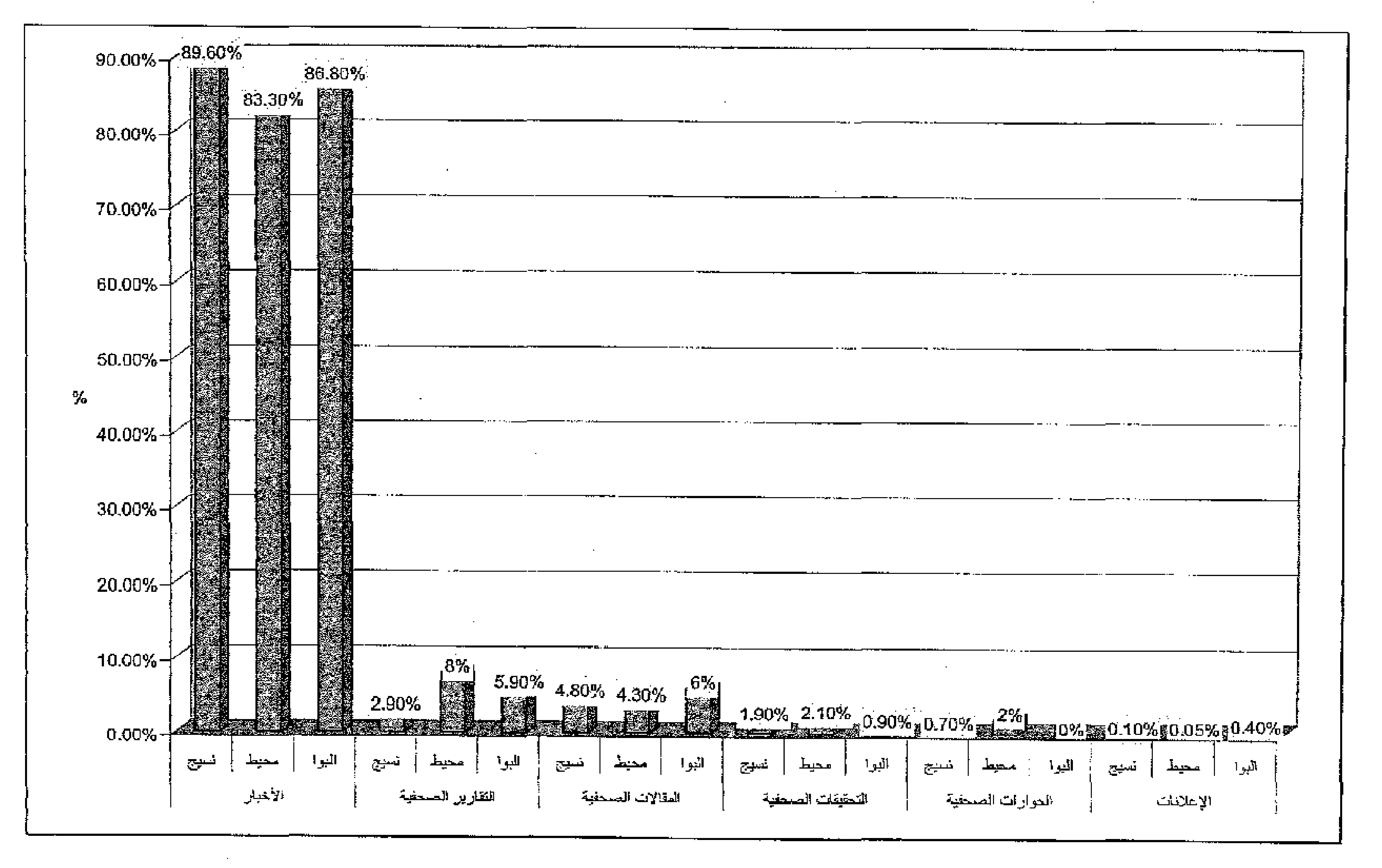
ولاحظت الباحثة[69] فضلاً عما دلت عليه نتائج التحليل في جدول رقم (4-18) غياب الحوارات الصحفية في بوابة البوابة إذ كانت نسبتها ٪ سواء في أثناء العينة الزمنية للدراسة أو المدة التي تلتها على الرغم من الأهمية المعروفة لهذا الفن الصحفي. ويبدو أن قلة الكادر الصحفي لها علاقة بهذا الموضوع كما أُشير إلى ذلك سابقاً [70].

جدول رقم (4-18)

الفنون الصحفية في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	الأخبار		التقارير الصحفية		المقالات الصحفية		التحقيقات الصحفية		الحوارات الصحفية		الإعلانات		المجموع	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
نسيج	1894	٪89.6	61	٪2,9	101	٪4.8	42	٪1.9	14	٪0.7	4	٪0.1	2116	٪100
محيط	2822	٪83.3	272	٪8	144	٪4.3	74	٪2.1	70	٪2	2	٪0.05	3384	٪100
البوابة	1692	٪86,8	115	٪5.9	118	٪6	17	٪0.9			6	٪0.4	1948	٪100
المجموع	**6408**		**448**		**363**		**133**		**84**		**12**		**7448**	**٪100**

شكل (4-18) الفنون الصحفية في كل بوابة منفردة



أما الإعلانات في بوابة البوابة فحققت أعلى نسبة قياساً إلى نسيج ومحيط، فقد أحرزت نسبة 0.4٪، وتُعَرفُ البوابة نفسها بأنها توفر لقرائها مدى واسعاً من فرص الترويج عن طريق الإعلان في مواقع الانترنت فائقة الصيت والبريد الإلكتروني المباشر والعلاقات الإعلامية فضلاً عن الحملات الترويجية[71].

إن مؤشر تدني نسب الإعلانات في البوابات واقتصار مواردها على مصادر تمويل الشركات المالكة او المؤسسة لها، دفع إلى طرح تساؤلات مفادها، هي:

كيف تحقق البوابات الموازنة بين التغطية الإخبارية الموضوعية ومواقف الجهات الممولة؟ وقد أجاب السيد رئيس تحرير نسيج [72]:«بأن تحقيق ذلك بالطبع يتطلب حرصاً شديداً وعياً بأهمية الإعلام واستقلاليته، وهو ما يتوافر في بوابة نسيج، إذ أن المسؤولين في الشركة لا يتدخلون في محتوى البوابة إلا في أضيق الحدود ويكون التدخل لتوضيح معلومة قد تكون غائبة عن المحررين أو إبداء رأي حول موضوع معين، وهذا نادراً ما يحدث بفضل استيعاب فريق العمل لسياسات البوابة وأهدافها».

أما السيد رئيس تحرير محيط [73]، فقد نفى أن يكون هناك تعارض بين الأمرين ولا وجود لمشكلات في هذا الخصوص.

وتجدر الإشارة إلى أن الباحثة لم تحصل على إجابة السيد رئيس تحرير بوابة البوابة حول هذا الموضوع.

وإجمالاً تختلف النتيجة في ذلك مع نتائج الجدول رقم (4-17) فيما يتعلق بمعدلات النسب المئوية لاستخدام البوابات الإلكترونية -عينة الدراسة- للفنون الصحفية، إلا أن النتائج التفصيلية السابقة في كلا الجدولين (4-17) و(4-18) تتفق في ان البوابات نجحت في الحصول على معدلات عالية في الأخبار والتقارير الصحفية فضلاً عن حرصها في تقديم تنوع في الفنون الصحفية.

أ) الخبر الصحفي:

موضوعات الأخبار:

تسيطر الأخبار السياسية على نسبة ما يبث من أخبار في البوابات الثلاث إذ يوضح جدول رقم (4-19) أن الأحداث والموضوعات السياسية حصلت على نسبة 58.2٪ بينما حصلت الأخبار الرياضية على نسبة 19٪ وهي مواقع مخصصة لنشر أخبار الرياضة المحلية والعربية والعالمية ومواكبة لآخر تطورات الألعاب الرياضية كافة، وجاء الاقتصاد في المرتبة الثالثة بنسبة 13.9٪ تليه الموضوعات الثقافية والفنية في المرتبة الرابعة بنسبة 8.9٪.

وتجدر الإشارة إلى أن سيطرة الموضوعات السياسية في الموضوعات الإخبارية قد يرجع إلى التطورات المتلاحقة للأحداث السياسية على المستويين العربي والعالمي، لاسيما ما يتعلق بالشأن العراقي والتطورات في القضية الفلسطينية وأحداث لبنان وبداية حملة الانتخابات الأمريكية وبخاصة في أثناء العينة الزمنية للدراسة.

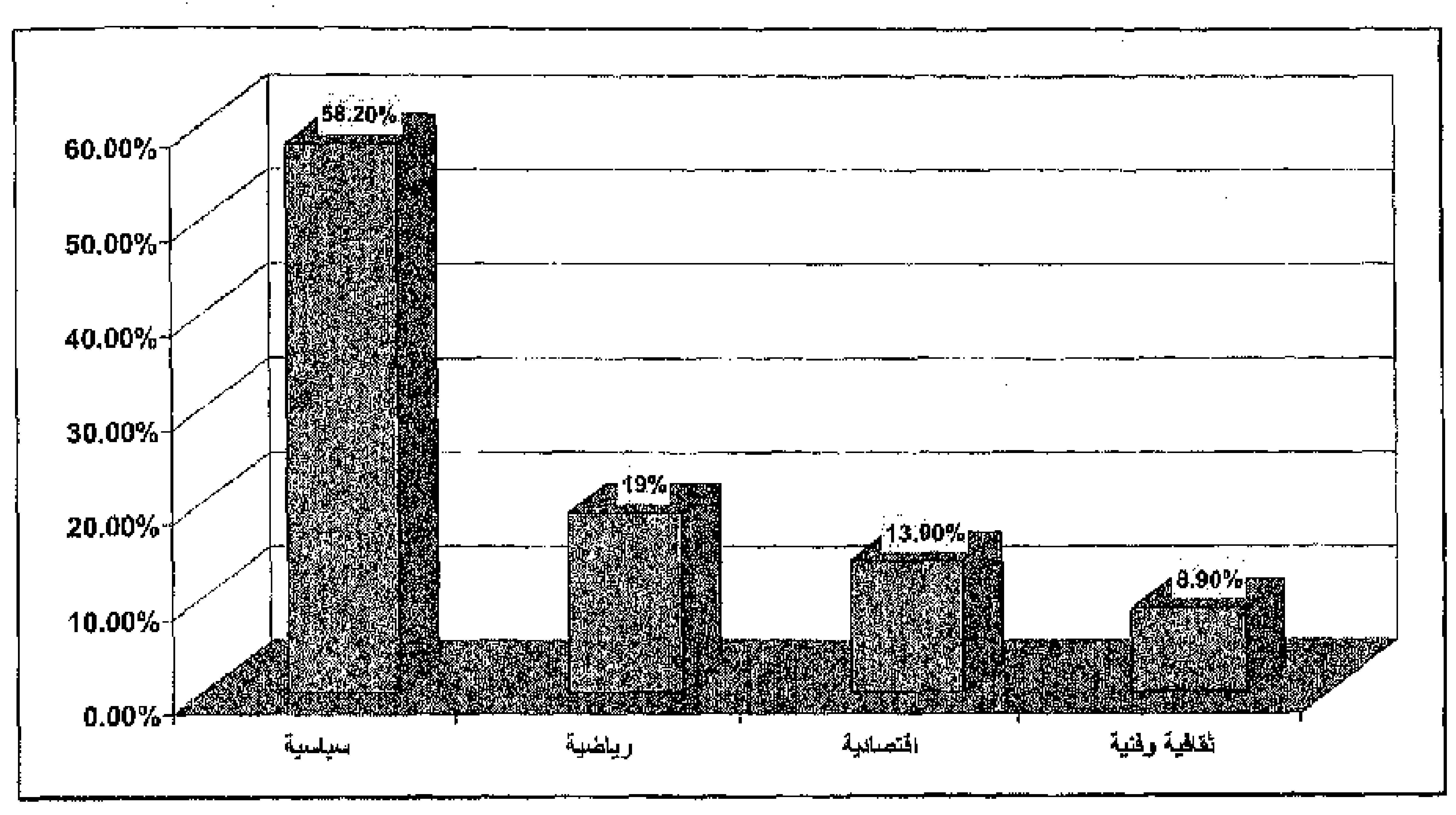
إلا أن النتائج تشير إلى أن البوابات - موضوعة الدراسة - تحاول أن تقدم للقارئ مادة منوعة تجمع بين السياسة والاقتصاد والرياضة والمواد الثقافية والفنية المتنوعة فقد تكون غطت كافة الاهتمامات العامة أو الموجهة لفئات أو تجمعات معينة.

جدول رقم (4-19)
موضوعات الأخبار في البوابات

موضوعات الأخبار	التكرار	النسبة المئوية	التسلسل المرتبي
سياسية	3729	٪58.2	1
رياضية	1218	٪19	2
اقتصادية	888	٪13.9	3
ثقافية وفنية	573	٪8.9	4
المجموع	**6408**	**٪100**	



شكل (4-19) موضوعات الأخبار في البوابات



يبين جدول رقم (4-20) حجم الاهتمام بالموضوعات المختلفة قياساً بمعدل تكرار الأخبار المنشورة في كل من البوابات الثلاث، إذ جاءت أعلى نسبة للأخبار السياسية في بوابة محيط، وبلغ معدلها (1585) تكراراً، وبنسبة مئوية (42.5٪) تقابلها بوابة نسيج، إذ بلغت تكرارات الأخبار السياسية فيها (1132) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (30.3٪)، وحصلت بوابة البوابة على تكرارات متقاربة، بلغت (1012) تكراراً وبنسبة مئوية (26.2٪).

أما الأخبار الاقتصادية، فكان أعلى معدل لها في بوابة محيط أيضاً وبلغ (463) تكراراً وبنسبة مئوية (52.2٪) وهي نسبة عالية قياساً، إلى بوابة نسيج التي نالت (242) تكراراً وبنسبة مئوية (27.2٪) تلتها بوابة البوابة بواقع (183) خبراً اقتصادياً وبنسبة مئوية قدرها (20.6٪).

وجاء معدل الأخبار الرياضية متقارباً في بوابتي نسيج ومحيط بواقع (437) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (35.8٪)، ومعدل (428) تكراراً، وبنسبة مئوية (35.2٪) على التوالي.

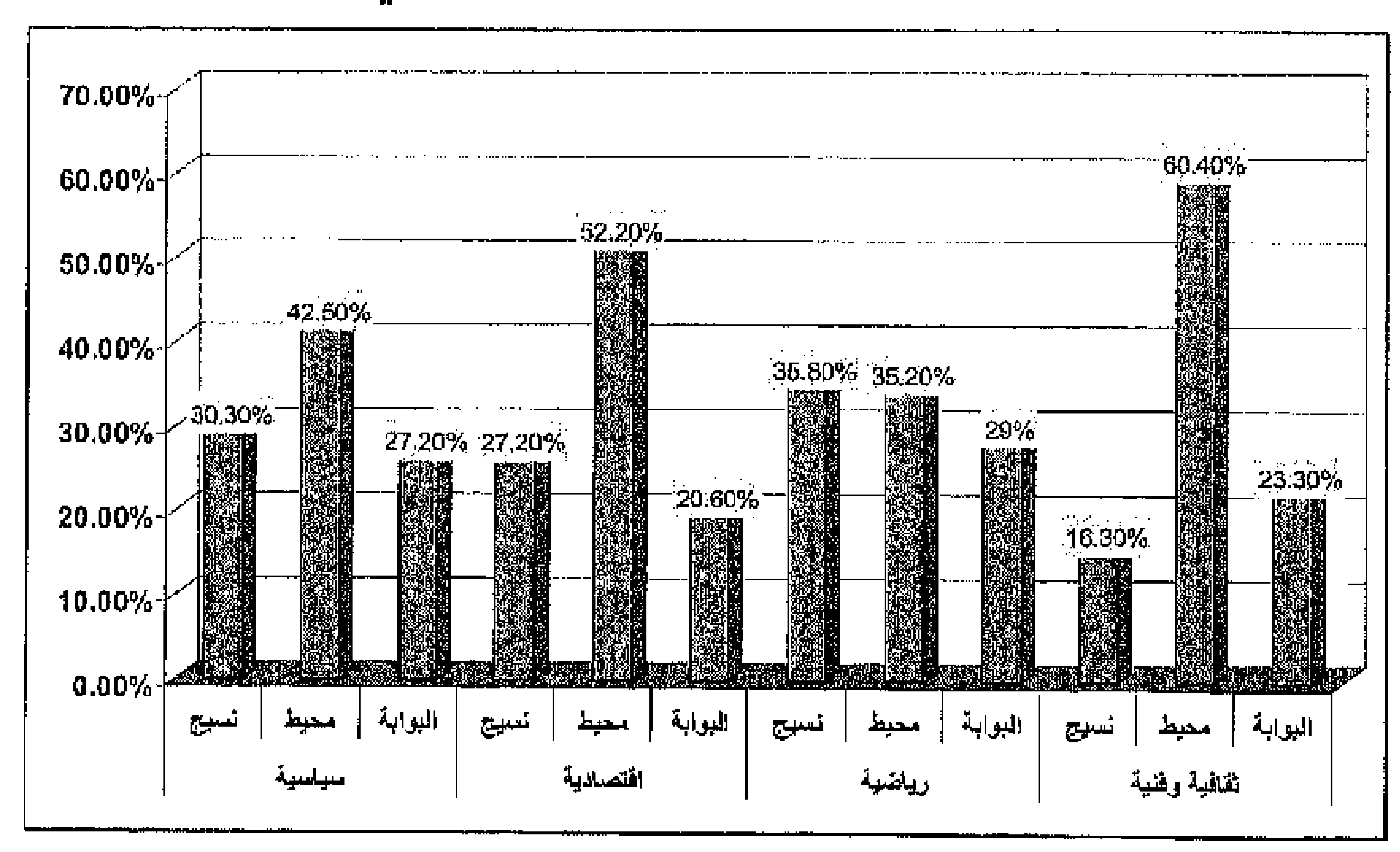
بينما بلغ عدد تكراراتها في بوابة البوابة (353) تكراراً وبنسبة مئوية (29٪).

وتفوقت بوابة محيط في حجم اهتمامها بالأخبار الثقافية والفنية مرة أخرى بإحرازها (346) تكراراً وبنسبة مئوية (60.4٪) من مجموع الأخبار الثقافية والفنية المنشورة في أثناء مدة الدراسة في حين جاء معدل الأخبار الثقافية والفنية في بوابة البوابة بواقع (134) تكراراً وبنسبة مئوية (23.3٪)، تلتها بوابة نسيج بمعدل (93) تكراراً وبنسبة مئوية (16.3٪) وهي تمثل اقل ترتيب قياساً لما أحرزته بوابتا محيط والبوابة.

جدول رقم (4-20): موضوعات الأخبار المستخدمة في البوابات

اسم البوابة	سياسية		اقتصادية		رياضية		ثقافية وفنية	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
نسيج	1132	٪30.3	242	٪27.2	437	٪35.8	93	٪16.3
محيط	1585	٪42.5	463	٪52.2	428	٪35.2	346	٪60.4
البوابة	1012	٪27.2	183	٪20.6	353	٪29	134	٪23.3
المجموع	**3729**	**٪100**	**888**	**٪100**	**1218**	**٪100**	**573**	**٪100**

شكل (4-20) موضوعات الأخبار المستخدمة في البوابات



يبين جدول رقم (4-21) موضوعات الأخبار في البوابات منفردة في أثناء مدة الدراسة إذ أحرزت الأخبار السياسية نسبة مئوية قدرها (59.6٪) من مجمل الأخبار المنشورة في بوابة نسيج وجاءت الأخبار الرياضية في المرتبة الثانية وبنسبة مئوية (23٪) والتي تقدم تغطية شاملة للفعاليات والبطولات والأحداث الرياضية كافة مع التركيز على كل ما يهم القارئ المحلي، من حيث الأخبار والأهداف الرياضية ونتائج المباريات وجداول المباريات القادمة والمتابعة للحدث لحظة بلحظة، كما توفر نسيج الرياضية صفحات أدلة خاصة للأندية والبطولات واللاعبين، تحتوي على قاعدة بيانات ضخمة وغنية بالمعلومات والصور[74].

وحازت الأخبار الاقتصادية المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (12.6٪) من إذ معدل الأخبار المنشورة في بوابة نسيج، وحصلت الأخبار الثقافية والفنية على اقل معدل من الاهتمام بالأخبار التي تغطيها بوابة نسيج وبنسبة مئوية (4.8٪) ويلاحظ[75] أن التغطية اقتصرت على الأخبار الثقافية والأدبية سواء في الصفحة الرئيسة أو عن طريق شريط الأخبار أو أخبار موقع نسيج الإخبارية وقسم نادي الكِتاب في البوابة ذاتها، وغياب واضح للأخبار الفنية.

وجاءت أعلى نسبة من الأخبار المنشورة في بوابة محيط ممثلة بنسبة الأخبار السياسية وقدرها (56.1٪) من الأخبار المنشورة موزعة على الصفحة الرئيسة لموقع بوابة محيط والشريط الإخباري ويتم تنظيم وتصنيف محتوى الأخبار السياسية تحت العناوين الآتية:

- الملف العربي الإسرائيلي
- العالم العربي
- فلسطين
- العراق
- العالم الإسلامي
- شؤون دولية

ويظهر أن الأخبار السياسية العربية تشكل أكثر عناوين الملفات التي جاءت في الملفات المذكورة أعلاه وتشير بيانات الجدول إلى إحراز الأخبار الاقتصادية نسبة (16.4٪) من إجمالي أخبار محيط وشملت تغطية مختلف الأخبار ذات العلاقة بالجانب الاقتصادي والمالي سواء العربية أو العالمية وتحت العناوين الآتية:

- أسواق المال
- بترول وطاقة
- شركات
- بنوك وتأمين
- استثمار وأعمال
- معارض ومؤتمرات

وتوضح البيانات السابقة أيضا أن الأخبار الرياضية حازت على نسبة (15.2٪) في بوابة محيط والتي تميزت بتغطية الأخبار الرياضية والأنشطة والفعاليات والمباريات الرياضية تحت العناوين:

- كرة القدم
- الدوري المصري
- الدوري الإماراتي
- الدوري العربي
- الدوري الأوربي
- كرة السلة
- كرة اليد
- كرة الطائرة
- العاب منوعة

أما الأخبار الثقافية والفنية فقد حازت على نسبة لم تبتعد كثيراً عن نسبة الأخبار الرياضية والاقتصادية إذ بلغت (12.3٪) من إجمالي أخبار بوابة محيط.

ويفسر ذلك إيلاء الأخبار الاقتصادية والرياضية والفنية الأهمية ذاتها من قبل بوابة محيط، وتتوزع الأخبار الثقافية تحت عناوين:

- من هنا وهناك
- نبضات شعرية
- اتليه الفن
- قصاصات
- مشوار
- حضارة وشعوب

أما الأخبار الفنية فإنها تصنف إلى:

- أخبار السينما
- المسرح
- أهل المغنى
- التلفزيون
- نجوم الشباك
- دنيا البرامج

وعلى الرغم من أن بوابة البوابة توفر تغطية إخبارية تشمل أخبار السياسة والترفيه والرياضة والمال والأعمال وتقوم بنشرها إلى جمهورها عبر الشرق الأوسط والعالم [76]، إلا أن الأخبار السياسية تفوقت في معدل نسبتها قياساً إلى باقي موضوعات الأخبار المنشورة في بوابة البوابة في أثناء مدة الدراسة، إذ حازت على نسبة (60٪) والتي غطت:

- أخبار فلسطين
- الصراع في الشرق الأوسط
- الملف العراقي
- أحداث تحت الأضواء

- سوريا ولبنان
- الإرهاب
- حول العالم

وهذا التصنيف سواء في صفحات البوابة باللغة العربية أو الإنكليزية، إلا انه يلاحظ إضافة (الملف الإيراني) إلى النسخة الإنكليزية للبوابة.

ويمكن القول: أن بوابة البوابة تُركّز بالدرجة الأولى على قضايا المنطقة، وهي إذ ذاك تفرد أبواباً خاصة للملفات الساخنة فيها، كملفات العراق والصراع العربي الإسرائيلي وقضية لبنان المتداخلة مع الموضوع السوري وغير ذلك[77].

وكان اهتمام بوابة البوابة بالأخبار الرياضية واضحاً إذ جاءت بنسبة (21٪) من إجمالي الأخبار المنشورة فيها.

تلتها في الأهمية الأخبار الاقتصادية بنسبة (11٪) والتي يمكن للقارئ متابعة تطوراتها بتصفح موقع مينا ربورت (Mena Report) الذي يقدم تغطية للأخبار الاقتصادية العربية والعالمية.

أما الأخبار الثقافية والفنية فسجلت نسبة (8٪) من المجموع الكلي لأخبار البوابة إذ كانت الأخبار الثقافية بعناوين: أضواء، متابعات ثقافية، في حين جاءت الأخبار الفنية (ترفيه) لتغطي أخبار الموسيقى، السينما، آخر خبر وأخبار سريعة.

وتكشف البيانات السابقة توجه واضح للبوابات -موضوعة الدراسة-، نحو الاهتمام بالتغطية الشاملة للأحداث والأخبار وحرصها على تزويد المستخدم بكل ما يهمه ويلبي اهتماماته مع تركيز واضح على الأخبار السياسية، وهذا ما أشار إليه السيد رئيس التحرير بوابة نسيج [78]، بتبني بوابة نسيج منذ انطلاقتها مبدأ الشمولية في تغطية الأحداث، وتقوم بتغطية الأخبار السياسية العربية والعالمية، وأخبار المال والأعمال والثقافة والرياضة والأخبار الأخرى، وبالنسبة للأحداث السياسية الجارية، على نحو خاص- تتم متابعة الأحداث أولاً بأول، في حين أوضح السيد

رئيس تحرير محيط [79]: إن الهدف في انطلاقة بوابة محيط هو إنشاء موقع إخباري عربي بتابع الأحداث لحظة بلحظة، وتحرص بوابة البوابة على تغطية أخبار المنطقة العربية ومنطقة الشرق الأوسط بتغطية شمولية للإحداث كما جاء في إجابة السيد رئيس تحرير البوابة[80].

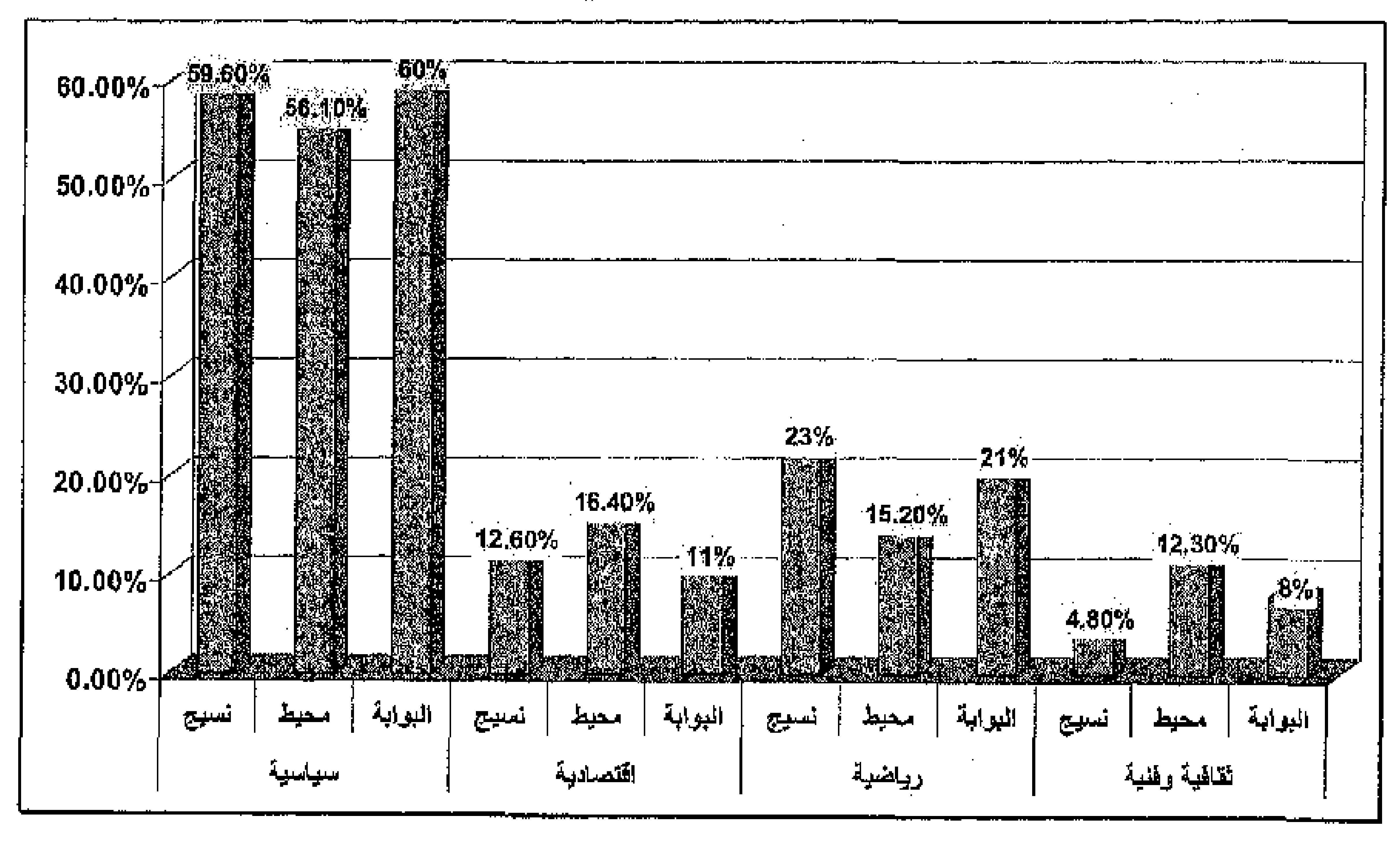
ولتفسير النتائج التفصيلية في العرض السابق في الجدولين رقم (4-20) و(4-21): إن النتائج كشفت وجود اختلاف بين معدلات النسب المئوية لموضوعات الأخبار في البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- مجتمعة وبين هذه النسب في مستويات الاهتمام بموضوعات الأخبار في البوابات منفردة، إلا أنها أي النتائج تتفق في حرص البوابات على تنوع المحتوى الإخباري.

جدول رقم (4-21)

موضوعات الأخبار في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	سياسية		اقتصادية		رياضية		ثقافية وفنية		المجموع	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
نسيج	1132	٪59.6	242	٪12.6	437	٪23	93	٪4.8	1894	٪100
محيط	1585	٪56.1	463	٪16.4	428	٪15.2	346	٪12.3	2822	٪100
البوابة	1012	٪60	183	٪11	353	٪21	134	٪8	1692	٪100
المجموع	**3729**		**888**		**1218**		**573**		**6408**	**٪100**

شكل (4-21) موضوعات الأخبار في كل بوابة منفردة



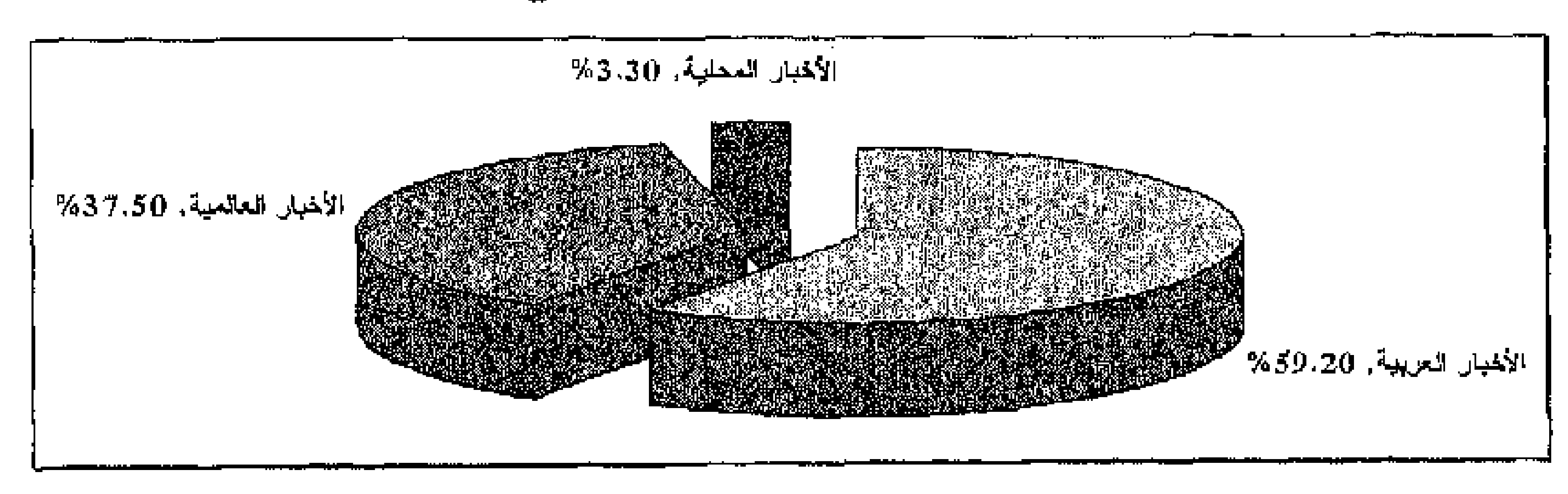
جغرافية الأخبار:

أظهرت النتائج المتعلقة بجغرافية الأخبار في البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة -، أن الأخبار العربية قد احتلت المرتبة الأولى بالتوزيع الجغرافي وبتكرار 3789 وبنسبة 59.2٪؛ فيما احتلت الأخبار العالمية المرتبة الثانية بتكراره 2405 ونسبة 37.5٪ فيما جاءت الأخبار المحلية بالمرتبة الثالثة بتكرار 214 وبنسبة 3.3٪ من مجمل الأخبار وعلى الرغم من أن الأخبار العربية احتلت المرتبة الأولى في الأخبار التي تنشرها البوابات الإلكترونية، إلا أن ذلك لا يعني سوى تأكيد المسؤولين عن البوابات الإلكترونية على الهوية العربية للبوابات على الإنترنت بوصفها وسيلة إعلامية عالمية تعنى بالشؤون العربية بالدرجة الأساس، وهذا الأمر يبدو واضحاً عن طريق تركيزها على بث ونشر الأخبار العربية بنسبة تفوق الأخبار العالمية كما موضح في جدول رقم (4-22).

جدول رقم (4-22)
جغرافية الأخبار في البوابات

جغرافية الأخبار	التكرار	النسبة المئوية	التسلسل المرتبي
الأخبار العربية	3789	٪59.2	1
الأخبار العالمية	2405	٪37.5	2
الأخبار المحلية	214	٪3.3	3
المجموع	**6408**	**٪100**	

شكل (4-22) جغرافية الأخبار في البوابات



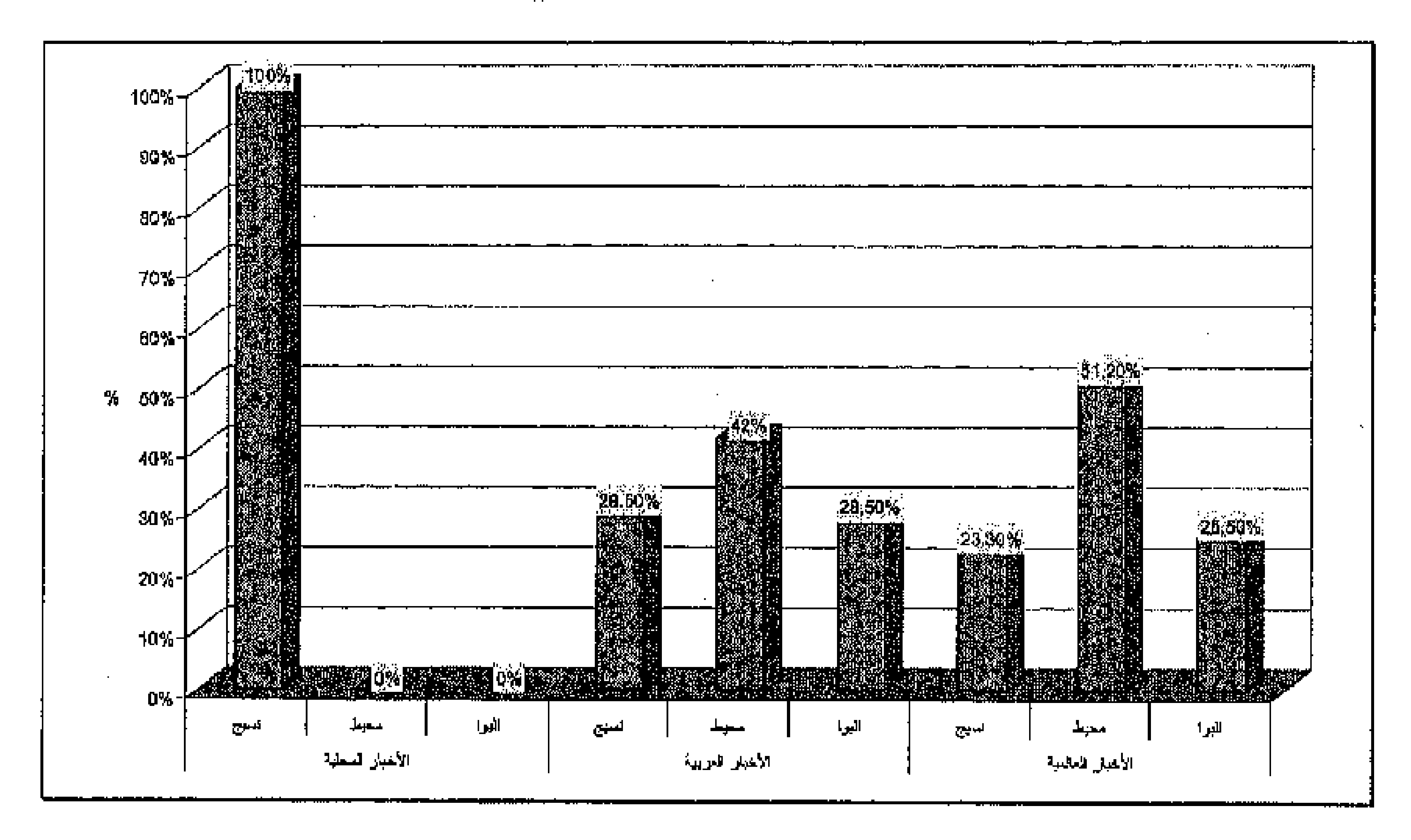
أما إذا انتقلنا إلى جدول رقم (4-23) فتظهر لنا النتائج أن نسبة 42٪ من مجمل الأخبار العربية في البوابات حققتها بوابة محيط، ثم تلتها بوابة نسيج بنسبة 29.5٪، أما بوابة البوابة فقد كانت في المرتبة الثالثة وبنسبة 28.5٪ وتعود محيط لتحتل المرتبة الأولى في تحقيقها نسبة 51.2٪ من مجمل الأخبار العالمية ثم بوابة البوابة بنسبة 25.5٪ وأحرزت بوابة نسيج نسبة 23.3٪ من مجموع الأخبار العالمية التي تبث في البوابات الإلكترونية - موضوعة الدراسة-.

ويلاحظ أن بوابة نسيج تنفرد بنشرها الأخبار المحلية بتكرار 214 وبنسبة 100٪، ففضلاً عن آن بوابة نسيج موجهة إلى القارئ العربي في أنحاء العالم، إلا أن التركيز على القارئ أو المستخدم (السعودي) هو أيضاً ضمن الأهداف العامة للبوابة[81]، وقد يعود ذلك إلى آن شركة النُظُم العربية المتطورة وهي الشركة المالكة لنسيج، شركة سعودية ومقرها الرئيس في السعودية.

جدول رقم (4-23)
جغرافية الأخبار في كل بوابة

اسم البوابة	الأخبار المحلية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		المجموع
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	
نسيج	214	٪100	1119	٪29.5	561	٪23.3	1894
محيط	-	-	1592	٪42	1230	٪51.2	2822
البوابة	-	-	1078	٪28.5	614	٪25.5	1692
المجموع	**214**	**٪100**	**3789**	**٪100**	**2405**	**٪100**	**6408**

شكل (4-23) جغرافية الأخبار في كل بوابة



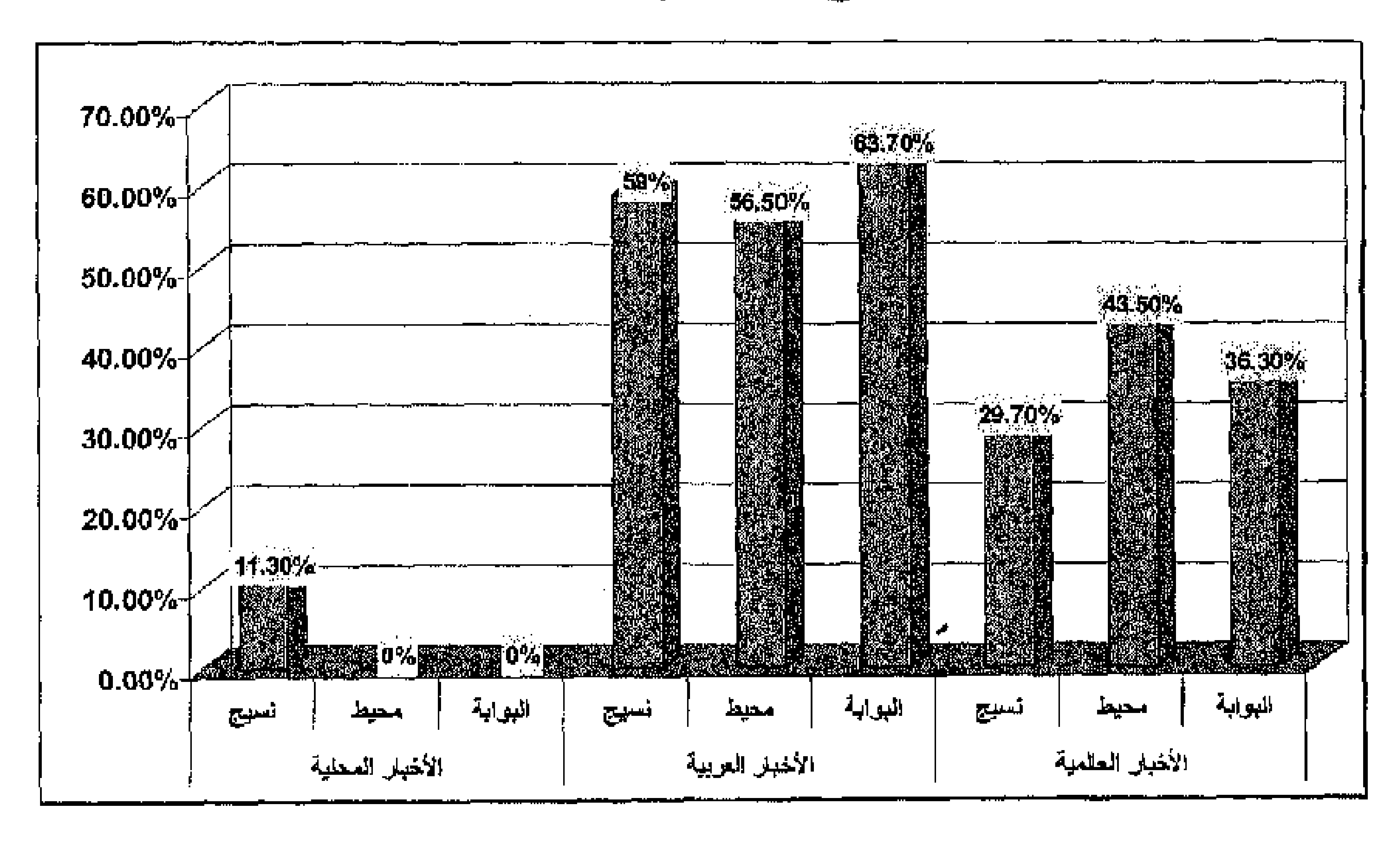
في حين يوضح جدول رقم (4-24) نتائج تحليل جغرافية الأخبار في البوابات منفردة، قد حققت الأخبار العربية في بوابة نسيج نسبة 59٪ من مجموع الأخبار التي تغطيها وتأتي الأخبار العالمية بنسبة 29.7٪ ولم تحظ الأخبار المحلية سوى بنسبة 11.3٪ قياساً إلى مجموع أخبار بوابة نسيج.

جدول رقم (4-24)

جغرافية الأخبار لكل بوابة منفردة

اسم البوابة	الأخبار المحلية		الأخبار العربية		الأخبار العالمية		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	214	٪11.3	1119	٪59	561	٪29.7	1894	٪100
محيط	-	-	1592	٪56.5	1230	٪43.5	2822	٪100
البوابة	-	-	1078	٪63.7	614	٪36.3	1692	٪100
المجموع	**214**		**3789**		**2405**		**6408**	**٪100**

شكل (4-24) التوزيع الجغرافي للأخبار لكل بوابة منفردة



أما بوابة محيط فكانت الأخبار العربية تُمَثِلُ أعلى نسبة أيضاً من مجموع الأخبار فيها إذ حققت نسبة 56.5٪ ثم الأخبار العالمية بنسبة 43.5٪.

وفي بوابة البوابة احتلت الأخبار العربية المرتبة الأولى بنسبة 63.7٪ كما هو شانها في البوابتين الأخريين وأخيراً الأخبار العالمية بنسبة 36.3٪.

وتختلف النتيجة في ذلك مع نتائج الجدول رقم (4-23) فيما يتعلق بمعدلات النسب المئوية لمستويات الاهتمام بالأخبار العربية والعالمية، إذ أن النتائج التفصيلية السابقة تتفق على أن الترتيب الأفضل كان للأخبار العربية مقابل الأخبار العالمية في البوابات الإلكترونية -عينة الدراسة- مجتمعة.

وعلى الرغم من ذلك يبدو واضحاً تركيز بوابة محيط على بث أعلى معدلات من الأخبار العربية قياساً إلى البوابتين الأخريين وإجمالاً يمكن القول: أن نتائج الجداول (4-22) و(4-23) و(4-24) تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الأمير الفيصل)[82] عن الصحافة الإلكترونية العربية، إذ اتضح أن الصحافة العربية في الإنترنت تولي نشر الأخبار العربية المراتب الأولى في مستويات اهتمامها لتؤكد هوية الصحافة العربية في فضاء عالمي.

(ب) **التقارير الصحفية:**

أصبح التقرير الصحفي وأصول إعداده بوابة الدخول إلى فنون الصحافة الأخرى كما يقول بعض الباحثين[83] في الدراسات الصحفية كونه خبراً موسعاً ترد فيه التفاصيل وتورد فيه المعلومات التي لم يتسع لها الخبر، وقد تم تقسيم التقرير الصحفي إلى أنواع عديدة منها التقارير الإخبارية والتقارير المصورة والتقارير الشاملة.

وتوضح بيانات الجدول رقم (4-25) أن البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- تستخدم نوعين من التقارير الصحفية وهي الإخبارية وتقارير الرأي، واحتل التقرير الإخباري المرتبة الأولى في تلك البوابات وبتكرار بلغ 281 وبنسبة مئوية قدرها 62.7٪ وجاء تقرير الرأي في المرتبة الثانية وبلغ تكراره 167 تقريراً وبنسبة مئوية 37.3٪.

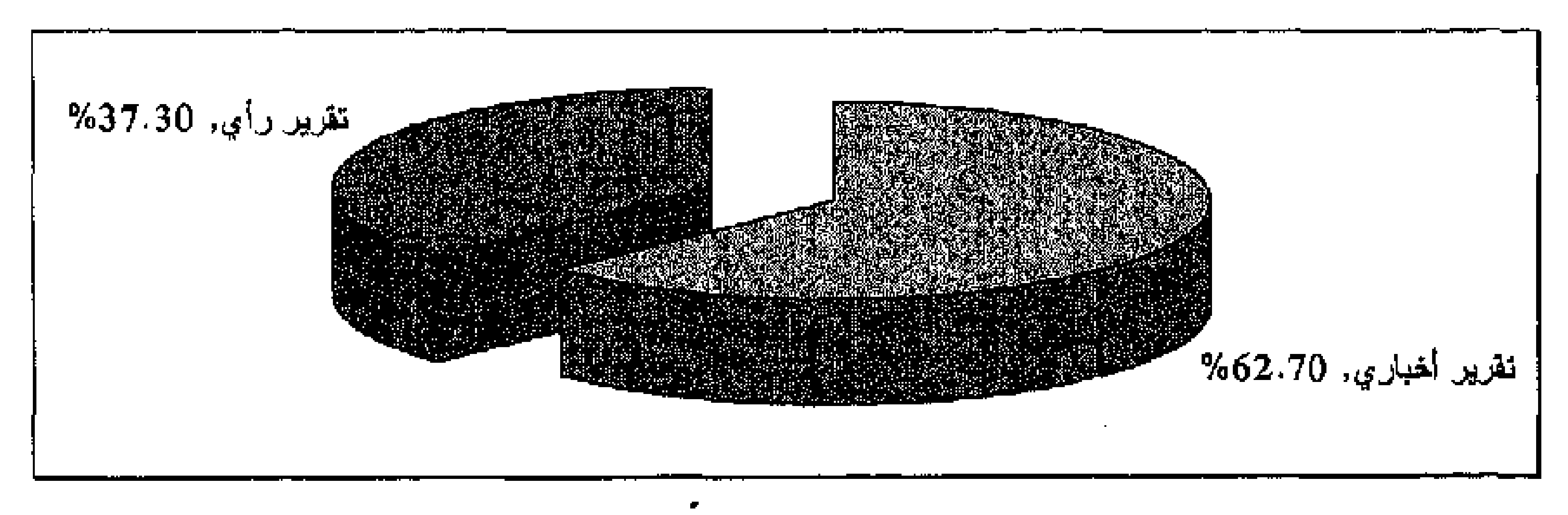
وتدل البيانات السابقة على استخدام البوابات الإلكترونية الإعلامية التقارير

الإخبارية بنسب تفوق استخدامها لتقارير الرأي الأمر الذي يدعو إلى تأكيد الطبيعة الإخبارية للبوابات - عينة الدراسة - بصفة عامة، إذ تَمَيَّزَ التقرير الإخباري بالبُعْد المعلوماتي والإضافات التي تغطي مراحل زمنية أسبق عن الحدث نفسه وذات علاقة مباشرة به لإضفاء نوع من العمق في مضمون تغطية الحدث محور التقرير[84].

جدول رقم (4-25)
أنواع التقارير الصحفية في البوابات

نوع المقال	التكرارات	النسبة المئوية
تقرير إخباري	281	٪62.7
تقرير رأي	167	٪37.3
المجموع	**448**	**٪100**

شكل (4-24) أنواع التقارير الصحفية في البوابات



أما فيما يتعلق بأنواع التقرير في كل بوابة، فقد تبين من الجدول رقم (4-26) انه في بوابة محيط جاء التقرير الإخباري ليحتل المرتبة الأولى إذ بلغ تكراره 218 تقريراً إخبارياً وبنسبة مئوية قدرها 77.5٪ من مجمل التقارير الإخبارية المنشورة في البوابات مجتمعة.

أما في بوابة نسيج فقد بلغ التقرير الإخباري تكراراً قدره 34 تقريراً وبنسبة مئوية 12.2٪ وتأتي بوابة البوابة في المرتبة الأخيرة إذ بلغ تكرار التقارير الإخبارية 29 تكرارا وبنسبة مئوية 10.3٪.

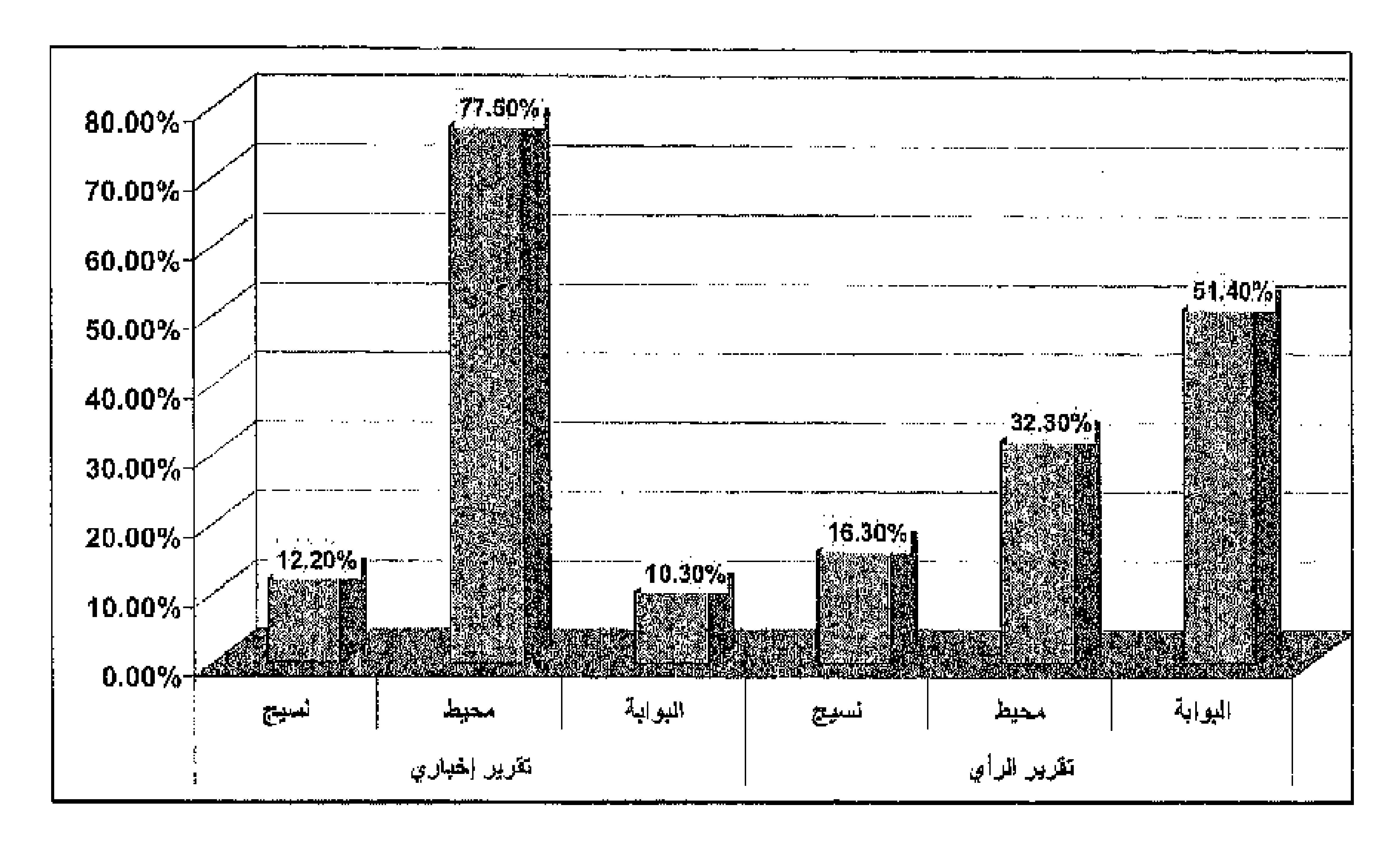
أما تقارير الرأي فقد أحرزت البوابة المرتبة الأولى إذ بلغ معدل تكرار تقارير الرأي 86 تكراراً وبنسبة عالية قياساً إلى بوابة محيط ونسيج، إذ بلغت 51.4٪ مما يعني اهتمام بوابة البوابة بنشر تقارير الرأي بمعدل أكبر من التقارير الإخبارية.

وحازت بوابة محيط على المرتبة الثانية إذ بلغ معدل تقارير الرأي 54 تكراراً وبنسبة مئوية 32.3٪ وتلتها بوابة نسيج التي حققت 27 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 16.3٪.

جدول رقم (4-26)
أنواع التقرير الصحفي المستخدم في البوابات

اسم البوابة	تقرير إخباري		تقرير الرأي	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	34	٪12.2	27	٪16.3
محيط	218	٪77.5	54	٪32.3
البوابة	29	٪10.3	86	٪51.4
المجموع	**281**	**٪100**	**167**	**٪100**

شكل (4-26) أنواع التقرير الصحفي المستخدم في البوابات



توضح بيانات الجدول رقم (4-27) أن بوابة نسيج تنشر 34 تقريراً إخبارياً وبنسبة مئوية 55.7٪ يقابلها 27 تقرير رأي وبنسبة 44.3٪ من مجموع ما تنشره من تقارير صحفية.

كما يلاحظ اهتماماً واضحاً بالتقارير الإخبارية في بوابة محيط أيضاً إذ بلغ مجموعها 218 تكراراً وبنسبة مئوية 80.1٪ مقابل 54 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 19.9٪ معدلات تقارير الرأي، إذا ما علمنا أن بوابة محيط تستخدم أرشيفاً صحفياً هائل الحجم يحتوي على أكثر من مليون ملف صحفي للشخصيات والمؤسسات والموضوعات المحلية والإقليمية والعالمية، يزود المحررين بمعلومات شاملة حول أي موضوع أو شخصية أو مؤسسة لتحقيق تغطية إخبارية للأحداث والتطورات التي يتم تناولها في التقارير الصحفية[85].

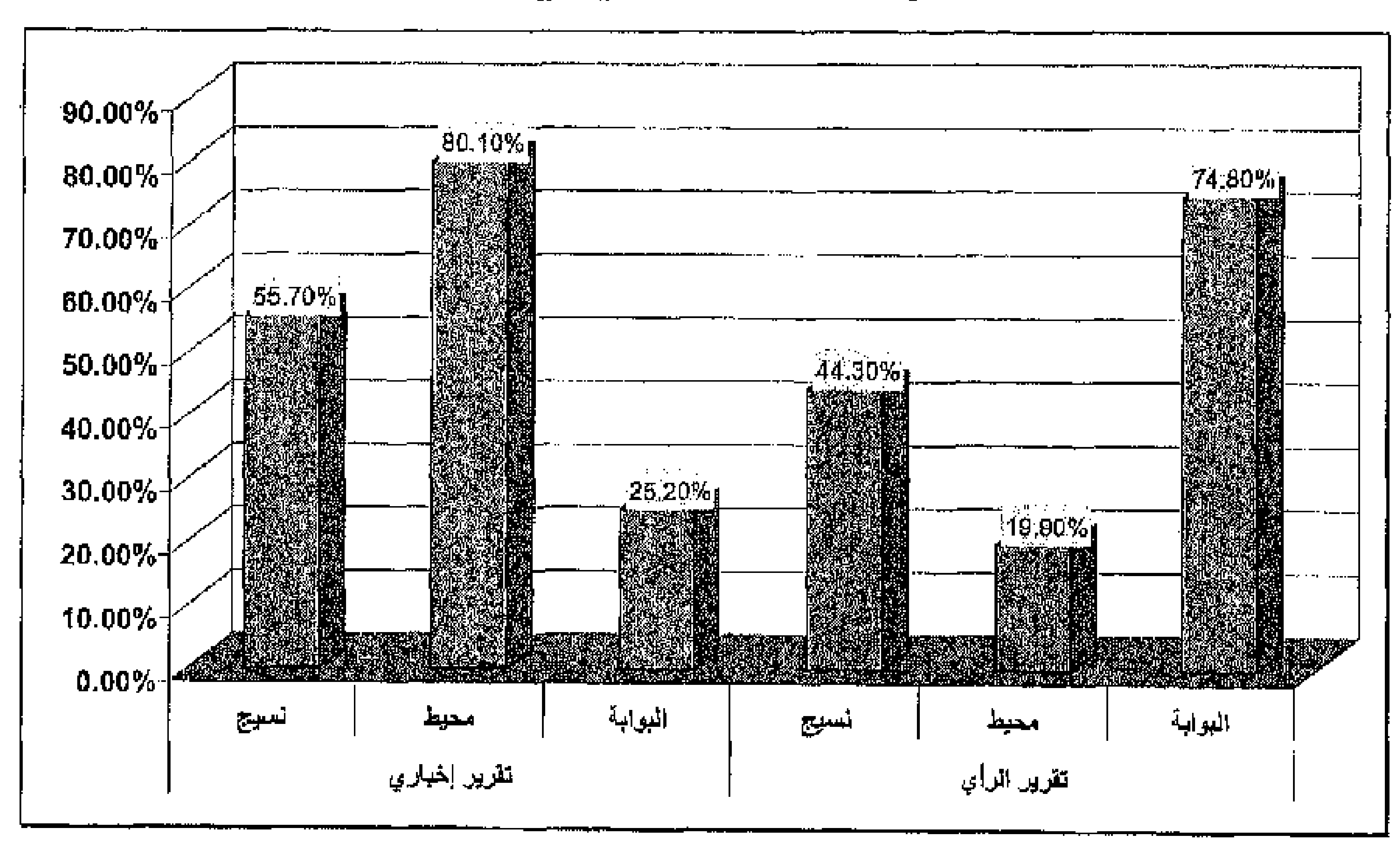
أما بوابة البوابة فقد حققت تقارير الرأي معدلاً بلغ 86 تكراراً وبنسبة مئوية 74.8٪ مقابل 29 تكراراً وبنسبة مئوية 25.2٪ حققتها التقارير الإخبارية.

وتدل البيانات السابقة حرص بوابتي محيط ونسيج على نشر التقارير الإخبارية وبنسبة أعلى من تقارير الرأي، في حين أكدت هذه البيانات اهتمام بوابة البوابة بتقارير الرأي قياساً إلى التقارير الإخبارية كما هو في الجدول السابق رقم (4-26).

جدول رقم (4-27)
أنواع التقرير الصحفي في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	التقرير الإخباري		تقرير الرأي		المجموع	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
نسيج	34	٪55.7	27	٪44.3	61	٪100
محيط	218	٪80.1	54	٪19.9	272	٪100
البوابة	29	٪25.2	86	٪74.8	115	٪100
المجموع	**281**		**167**		**448**	

شكل (4-27) أنواع التقرير الصحفي في كل بوابة منفردة



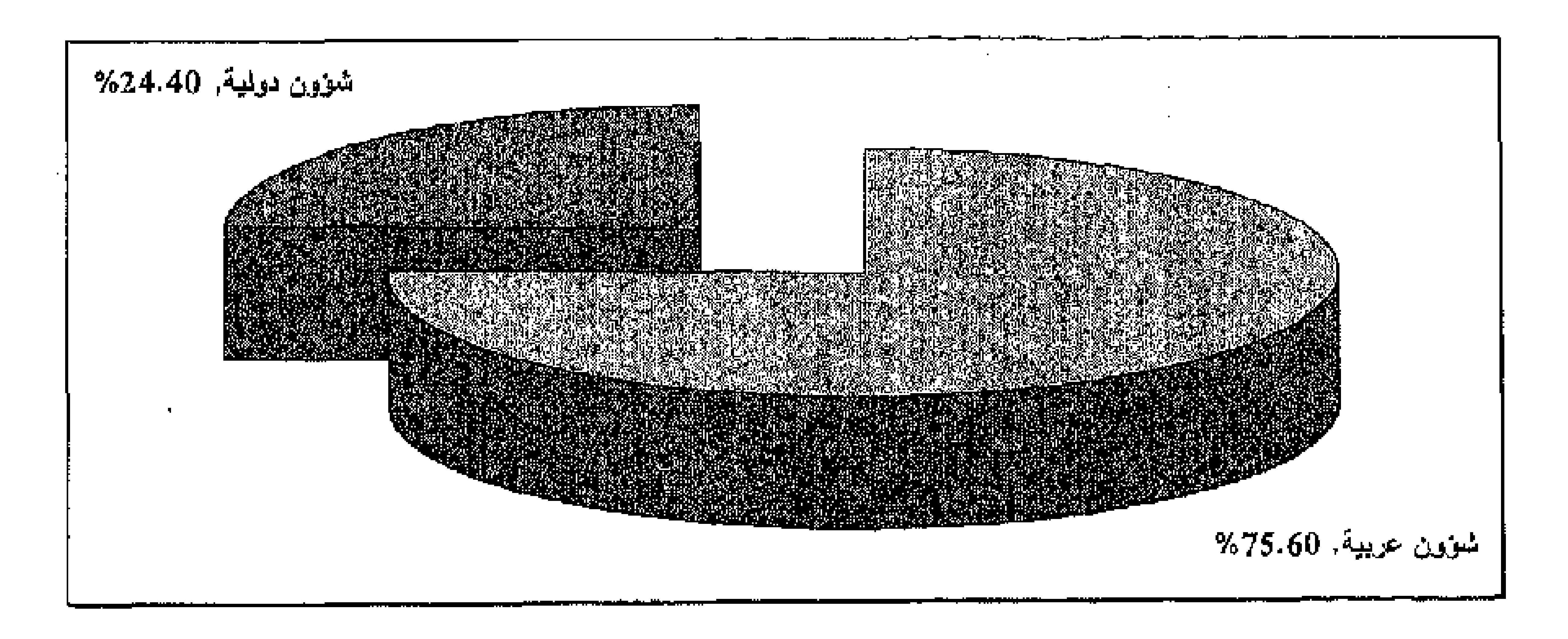
يلاحظ من بيانات الجدول رقم (4-28) أن الشؤون العربية حازت على المرتبة الأولى في جغرافية التقارير الصحفية بمعدل 339 تكراراً وبنسبة مئوية 75.6٪ مما قد يبين اهتماماً متميزاً بالقضايا والشؤون العربية وحرص المسؤولين في البوابات – موضوعة الدراسة– على تأكيد الهوية العربية للبوابات، كما جاء في أحاديثهم التي سبق الإشارة إليها [86].

وجاءت التقارير التي تهتم بالشؤون العالمية في المرتبة الثانية بمعدل 109 تكراراً وبنسبة مئوية 24.4٪.

جدول رقم (4-28)
جغرافية التقرير الصحفي في البوابات

جغرافية التقرير	التكرارات	النسبة	التسلسل المرتبي
شؤون عربية	339	75.6٪	1
شؤون دولية	109	24.4٪	2
المجموع	**448**	**100٪**	

شكل (4-28) جغرافية التقرير الصحفي في البوابات



وإذا انتقلنا إلى موضوعات التقارير الصحفية في كل بوابة تكشف لنا بيانات الجدول رقم (4-29) أن بوابة محيط نالت معدلاً بلغ 194 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 62.8٪ من إجمالي التقارير السياسية في البوابات، يقابلها 67 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 21.7٪ في بوابة البوابة التي حازت على المرتبة الثانية تليها في المرتبة الثالثة بوابة نسيج إذ حققت 48 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 15.5٪.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الموضوعات السياسية التي ضمتها التقارير الإخبارية أو تقارير الرأي في البوابات -عينة الدراسة- هي التي احتلت المرتبة الأولى في معدلات التكرارات والنسب المئوية قياساً إلى الموضوعات الأخرى[87].

وتشير البيانات إلى أن أعلى نسبة للتقارير الاقتصادية كانت بمعدل 35 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 77.8٪ في بوابة محيط وجاءت في المرتبة الأولى، وحلت بوابة البوابة في المرتبة الثانية إذ حصلت على 8 تكرارات وبنسبة مئوية 17.8٪ وتأتي التقارير الاقتصادية في بوابة نسيج في المرتبة الثالثة بعد أن حازت على تكرارين وبنسبة مئوية قدرها 4.4٪ أما تقارير الثقافة والفن فكانت بمعدل 19 تكراراً في بوابة محيط وبنسبة مئوية 67.8٪ من معدل التقارير الثقافية في البوابات -موضوعة الدراسة-، ثم بوابة البوابة التي حازت على معدل 6 تكرارات وبنسبة مئوية 21.5٪ أما بوابة نسيج فقد نالت المعدل الأقل من التكرارات وهي 3 تكرارات وبنسبة مئوية 10.7٪.

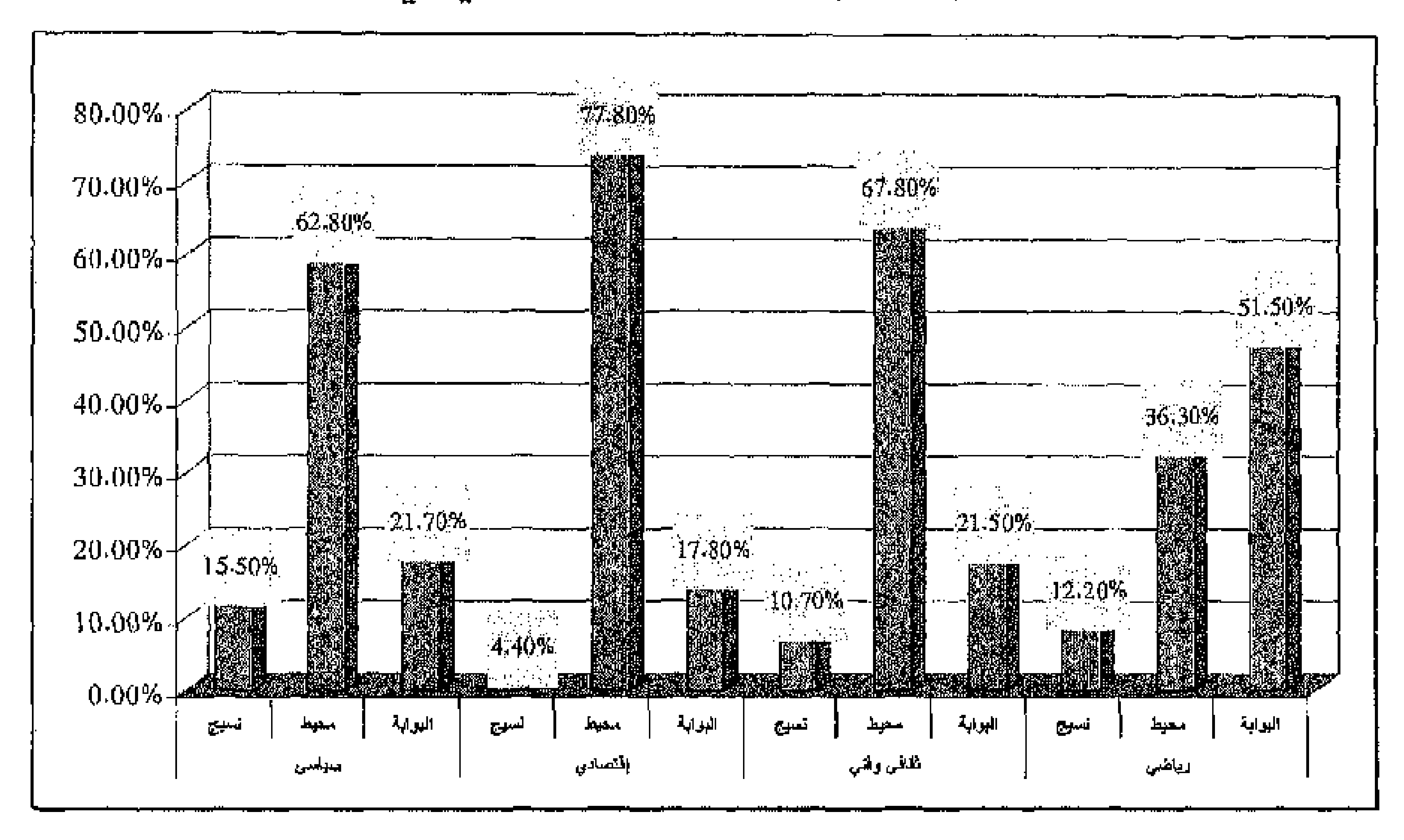
تأتي بوابة البوابة في المرتبة الأولى بعد إحرازها معدلاً بلغ 34 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 51.5٪ من إجمالي التقارير الرياضية وهو ما يشير إلى اهتمامهم بالموضوعات الرياضية تليها في المرتبة الثانية بوابة محيط إذ نالت 24 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 36.3٪ وأخيراً بوابة نسيج التي احتلت المرتبة الثالثة بمعدل 8 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 12.2٪.

جدول رقم (4-29)

موضوعات التقرير الصحفي في البوابات

اسم البوابة	سياسي		اقتصادي		ثقافي وفني		رياضي	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	48	٪15.5	2	٪4.4	3	٪10.7	8	٪12.2
محيط	194	٪62.8	35	٪77.8	19	٪67.8	24	٪36.3
البوابة	67	٪21.7	8	٪17.8	6	٪21.5	34	٪51.5
المجموع	**309**	**٪100**	**45**	**٪100**	**28**	**٪100**	**66**	**٪100**

شكل (4-29) موضوعات التقرير الصحفي في البوابات



يوضح جدول رقم (4-30) توزيع موضوعات التقارير الصحفية على صفحات أو أقسام البوابات في أثناء العينة الزمنية للدراسة، سواء كانت سياسية، أو اقتصادية، أو ثقافية أو فنية أو رياضية، ويلاحظ من قراءة بيانات الجدول هيمنة

الموضوعات السياسية على مضمون التقارير الصحفية بنسبة 78.6٪ في بوابة نسيج تليها التقارير الرياضية بنسبة 13.2٪ ثم التقارير الثقافية والفنية بنسبة 4.9٪ فالتقارير الاقتصادية بنسبة 3.3٪ مع ملاحظة [88]، أن أغلب التقارير الصحفية في بوابة نسيج منقولة من وكالة (القدس برس) وتشير نسيج إلى اسم الوكالة التي نقلت منها التقرير.

في حين نالت التقارير السياسية في بوابة محيط نسبة 71.4٪ وجاءت التقارير الاقتصادية بنسبة 12.9٪ وحلت بعدها التقارير الرياضية بنسبة 8.8٪ وأخيراً التقارير الثقافية والفنية بنسبة 6.9٪.

وبصفة عامة أن التقارير الصحفية في محيط تُكتبْ من قبل محرري بوابة محيط.

إن التركيز الشديد على الموضوعات السياسية التي ضمنتها التقارير الصحفية، حقق نسبة 58.3٪ في بوابة البوابة وان كانت نسبتها أقل قياساً إلى بوابتي نسيج ومحيط إلا أنها نسبة عالية من إجمالي مجموع التقارير في بوابة البوابة.

ويمكن القول: أن المشرفين على بوابة البوابة لم يهتموا كثيراً بالموضوعات السياسية فيما يخص التقارير الصحفية قياساً إلى محيط ونسيج إلا أن مستوى الاهتمام بالموضوعات الرياضية حقق نسبة أعلى عن بقية ما أحرزته في البوابتين الأخريين، فقد نالت نسبة 29.5٪ ثم جاءت التقارير الاقتصادية بنسبة 6.9٪ وتأتي أخيراً التقارير الثقافية والفنية بنسبة 5.3٪ وضمن هذا السياق لاحظت الباحثة[89] أن أغلب التقارير في بوابة البوابة منقول عن صحف عالمية، وأحياناً تشير إلى اسم الصحيفة التي نقلت منها التقرير وفي أغلب الأحيان لا تشير إليها وهي مخالفة مهنية تتعارض مع المواثيق المهنية المعمول بها في الصحافة التقليدية والصحافة الإلكترونية على حد سواء، كما أن هذه المخالفة ربما تُضْعِف من مصداقية البوابة لدى قطاعات واسعة من القراء.

كما لاحظت[90] الباحثة اهتمام البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- بالصورة

الصحفية المُعَبِّرَة عن مضمون التقارير الإخبارية منها وتقارير الرأي والتي كانت تتجاوز الصورة الواحدة المرفقة بالتقرير في كثير من الأحيان لاسيما في بوابة محيط. وستتناول الدراسة ذلك لاحقاً.

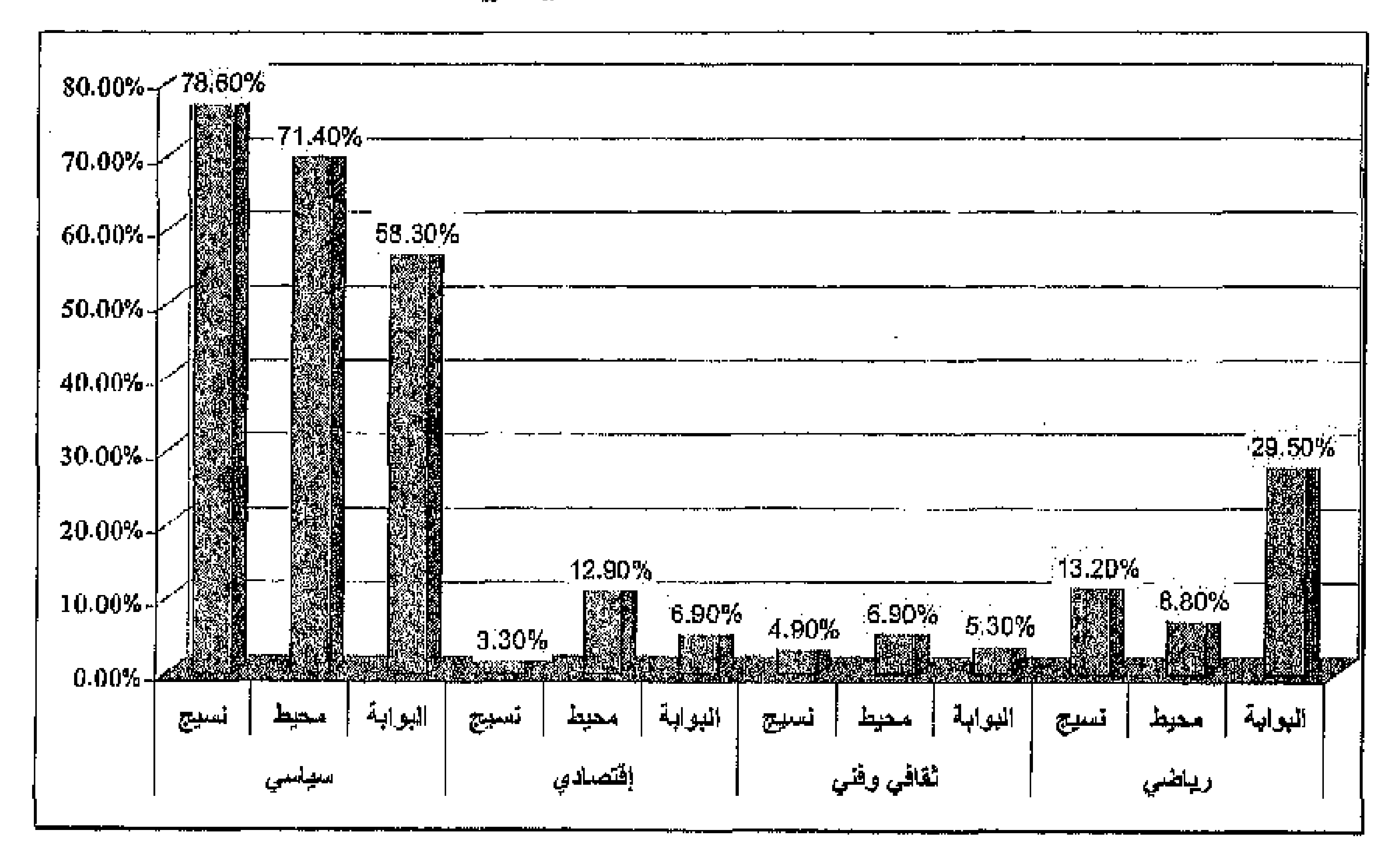
وفي ضوء العرض السابق، تتفق النتيجة بذلك في تفوق بوابة البوابة في مستوى اهتمامها بالتقارير الرياضية، كما هو واضح في الجدولين (4-29) و(4-30)، إلا أنها تختلف فيما يتعلق بمستوى الاهتمام بالتقارير السياسية، إذ جاءت بوابة نسيج بالترتيب الأفضل في حين حافظت بوابة محيط على ترتيبها الأول في التقارير الاقتصادية والثقافية والفنية وكذلك حافظت البوابة عل تقدمها في الاهتمام بالتقارير الرياضية، إلا أن البوابات الإلكترونية مجتمعة حققت نسب اهتمام متقدمة بالتقارير السياسية على مستوى استخدام التقارير الصحفية داخل كل بوابة منفردة قياساً إلى موضوعات التقارير الأخرى.

جدول رقم (4-30)

موضوعات التقرير الصحفي في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	سياسي		اقتصادي		ثقافي وفني		رياضي		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	48	٪78.6	2	٪3.3	3	٪4.9	8	٪13.2	61	٪100
محيط	194	٪71.4	35	٪12.9	19	٪6.9	24	٪8.8	272	٪100
البوابة	67	٪58.3	8	٪6.9	6	٪5.3	34	٪29.5	115	٪100
المجموع	**309**		**45**		**28**		**66**		**448**	

شكل (4-30) موضوعات التقرير الصحفي في كل بوابة منفردة



ج) **المقال الصحفي:**

إن المقال الصحفي عنصر أساسي في تحرير الصحيفة، فهو الوجه الحقيقي لمهمة الصحيفة، ورسالتها الأساسية في المجتمع، ونعني بها مهمة الرأي العام والتوجه والدعوة إلى المُثل التي تسعى إليها الأمم ولقد ذُكِرَ أن للإعلام وظائف هي الإخبار والترفيه والتثقيف والتنشئة الاجتماعية وغيرها، لذا من المهم أن نوضح هنا أن هدف المقال الصحفي هو توجيه أفكار أو دعم قضية ما أو التعليق على الأنباء(91).

ويتصف المقال الصحفي بعدد من الخصائص التي أسهمت في نجاحه وزيادة فاعلية تأثيره في القراء، بحيث تبوأ مكانة في الصحافة حتى وصل إلى مرحلة لا يمكن فيها الاستغناء عنه، الأمر الذي يؤكد أن صحافة الرأي والمقال لن تنتهي على الرغم مما يقوله البعض أن صحافة المستقبل هي صحافة المعلومات الإخبارية فقط(92).

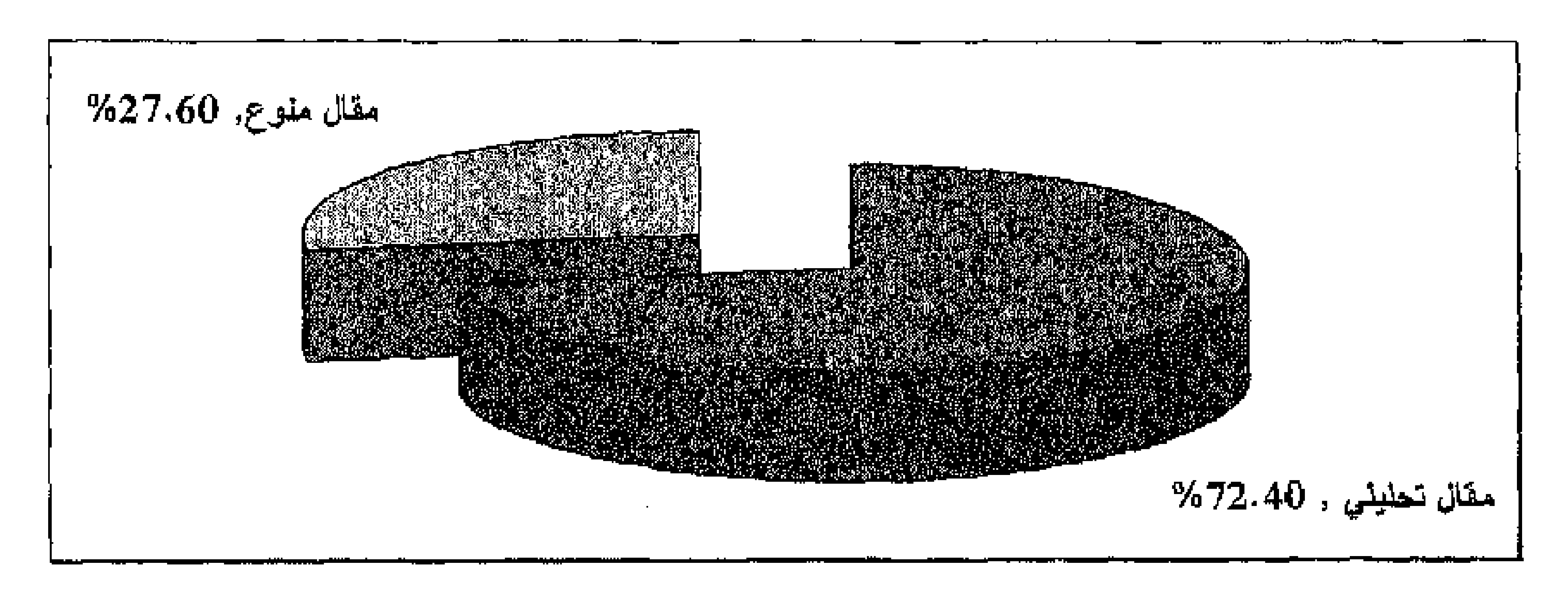
ويلاحظ من الجدول رقم (4-31) أن البوابات الإلكترونية تُرَكِّزُ على المقالات التحليلية والتي نالت 263 تكراراً وبنسبة مئوية 72.4٪ ثم المقالات المنوعة التي جاءت بمعدل 100 تكرار وبنسبة مئوية قدرها 27.6٪.

وبذلك توضح النتائج السابقة، أن البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة - قد نجحت في مستوى اهتمامها بالمقالات التحليلية للأحداث والتطورات أكثر من تناولها للمقالات المنوعة.

جدول رقم (4-31)
أنواع المقال الصحفي المستخدم في البوابات الإلكترونية

نوع المقال الصحفي	التكرارات	النسبة
مقال تحليلي	263	72.4٪
مقال منوع	100	27.6٪
المجموع	**363**	**100٪**

شكل (4-31) أنواع المقال الصحفي المستخدم في البوابات الإلكترونية



وبتحليل نتائج جدول رقم (4-32) يظهر أن بوابة محيط تستخدم المقالات التحليلية بمعدل 115 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 43.7٪ من مجموع المقالات التحليلية في البوابات مجتمعة وبذلك تكون بوابة محيط قد أتت في المرتبة الأولى، تليها بوابة البوابة التي نالت 80 تكراراً وبنسبة 30.4٪ ثم بوابة نسيج بمعدل 68 تكراراً وبنسبة مئوية 25.9٪.

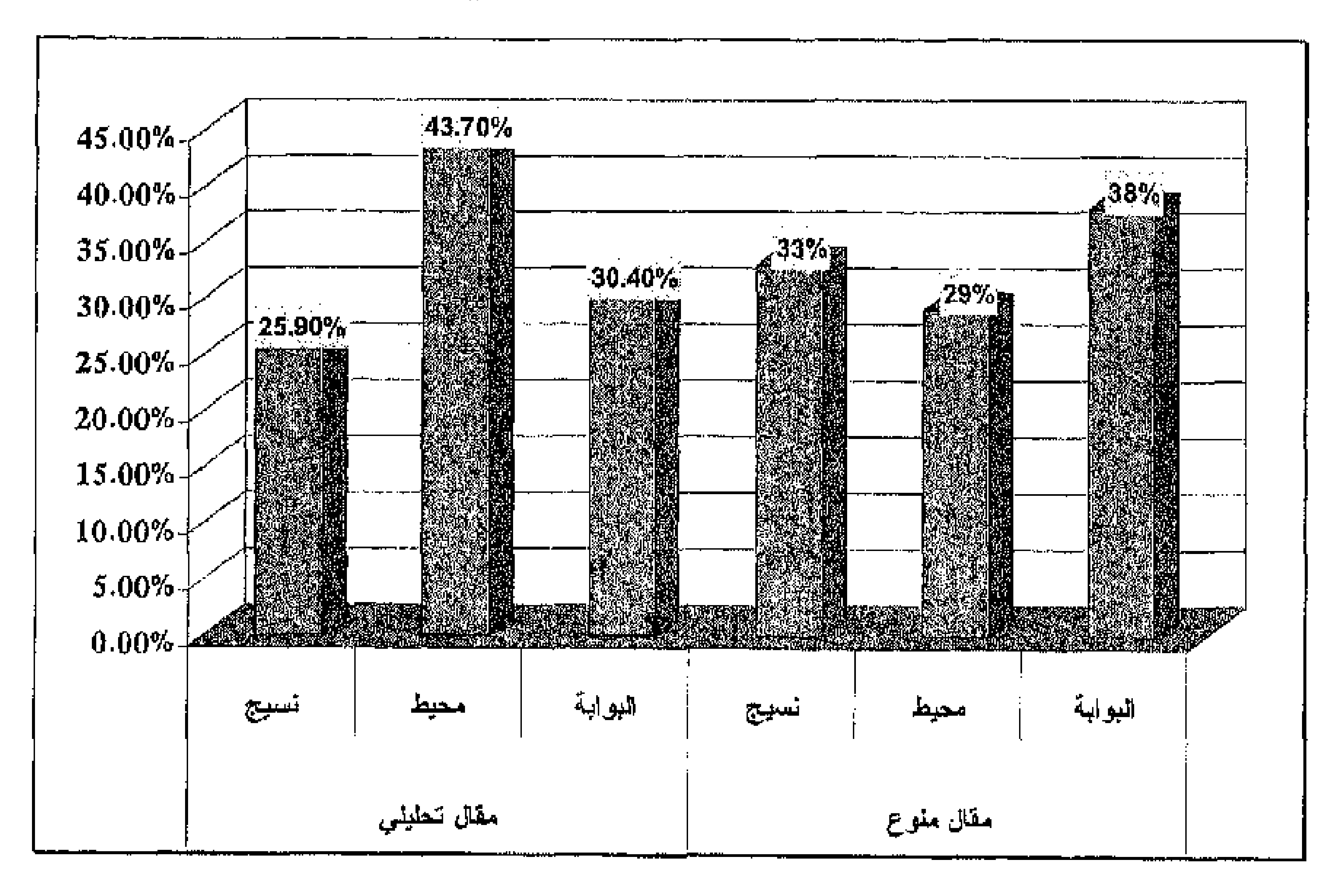
أما على مستوى استخدام المقالات المنوعة فتتقدم بوابة البوابة بمعدل 38

تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 38٪، ونالت بوابة نسيج المرتبة الثانية بمعدل 33 تكراراً وبنسبة مئوية 33٪ وأخيراً بوابة محيط بمعدل 29 تكراراً وبنسبة مئوية 29٪.

جدول رقم (4-32)
أنواع المقال الصحفي في كل بوابة

اسم البوابة	مقال تحليلي		مقال متنوع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	68	٪25.9	33	٪33
محيط	115	٪43.7	29	٪29
البوابة	80	٪30.4	38	٪38
المجموع	**263**	**٪100**	**100**	**٪100**

شكل (4-32) أنواع المقل الصحفي في كل بوابة



أما فيما يتعلق بأنواع المقال الصحفي في كل بوابة منفردة، فقد وضح من الجدول رقم (4-33) أن بوابة محيط تعتمد على المقال التحليلي أيضاً بالمرتبة الأولى وبنسبة مئوية 79.8٪، يأتي بعده المقال المنوع بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية 20.2٪.

ويتقدم المقال التحليلي في بوابة البوابة بنسبة مئوية 67.7٪ وجاء المقال المنوع بنسبة مئوية 32.6٪، أما في بوابة نسيج فنال المقال التحليلي نسبة مئوية 67.4٪ ثم المقال المنوع بنسبة مئوية 32.6٪ وهي نسب مساوية تقريباً إلى ما حققته بوابة البوابة.

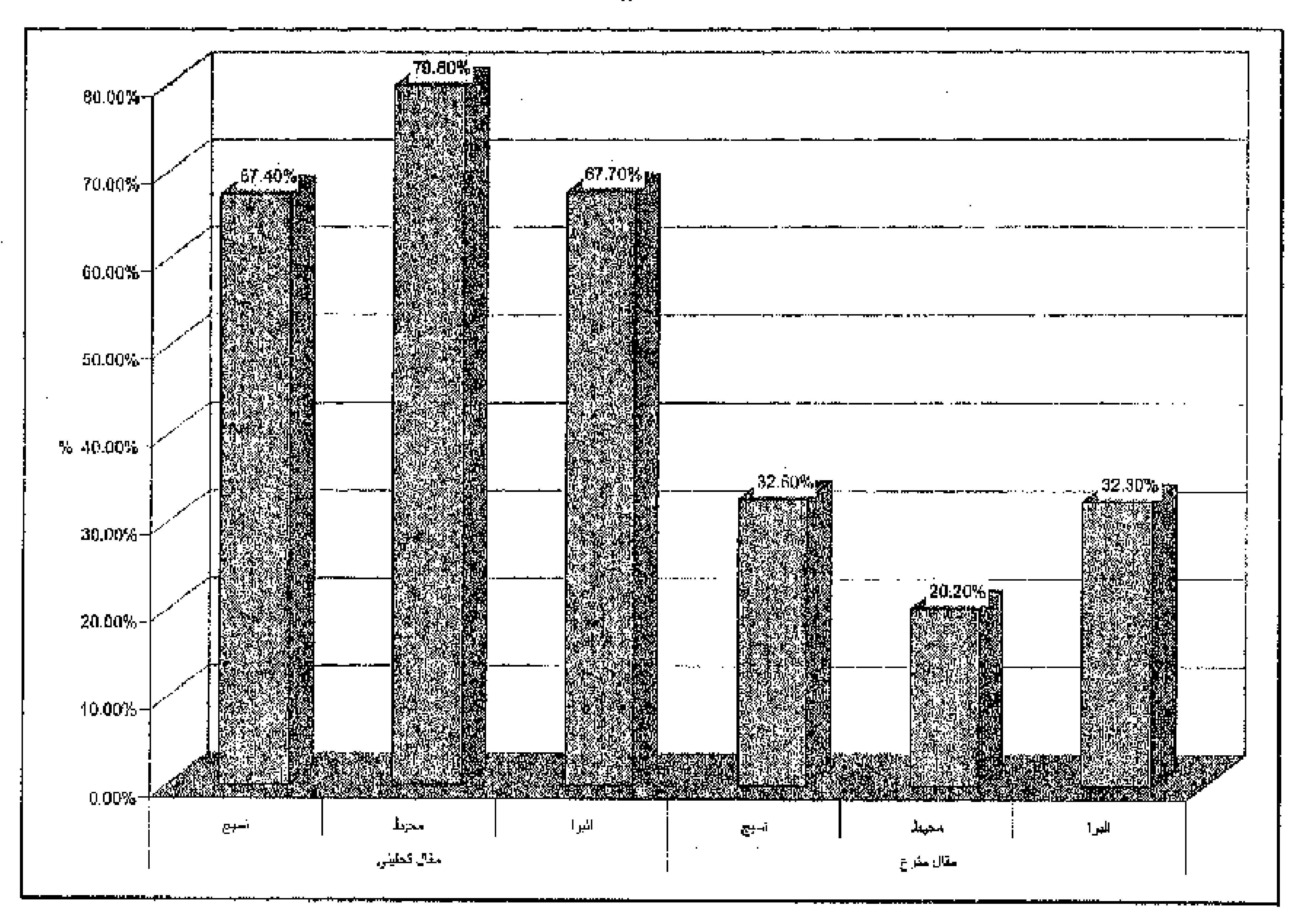
في العرض السابق لنتائج الجدولين (4-32) و(4-33)، يتضح أن هذا التقارب في نسب استخدام المقال التحليلي وتَقَدُمِها على نسب المقال المنوع في البوابات منفردة، يظهر أن مادة الرأي والتحليل في المقالات الصحفية خصصت لها مساحة أكبر في صفحات البوابات ومنحها الأولوية قياساً إلى المادة المنوعة كما توضح النتائج أن بوابة محيط ظلت في الترتيب الأفضل فيما يتعلق بالمقال التحليلي، في حين جاءت بوابتا نسيج والبوابة في الترتيب الأول فيما يخص المقال المنوع.

جدول رقم (4-33)
أنواع المقال الصحفي في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	مقال تحليلي		مقال منوع		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	68	٪67.4	33	٪32.6	101	٪100
محيط	115	٪79.8	29	٪20.2	144	٪100
البوابة	80	٪67.7	38	٪32.3	118	٪100
المجموع	**263**		**100**		**363**	

شكل رقم (4-33)

أنواع المقال الصحفي في كل بوابة منفردة



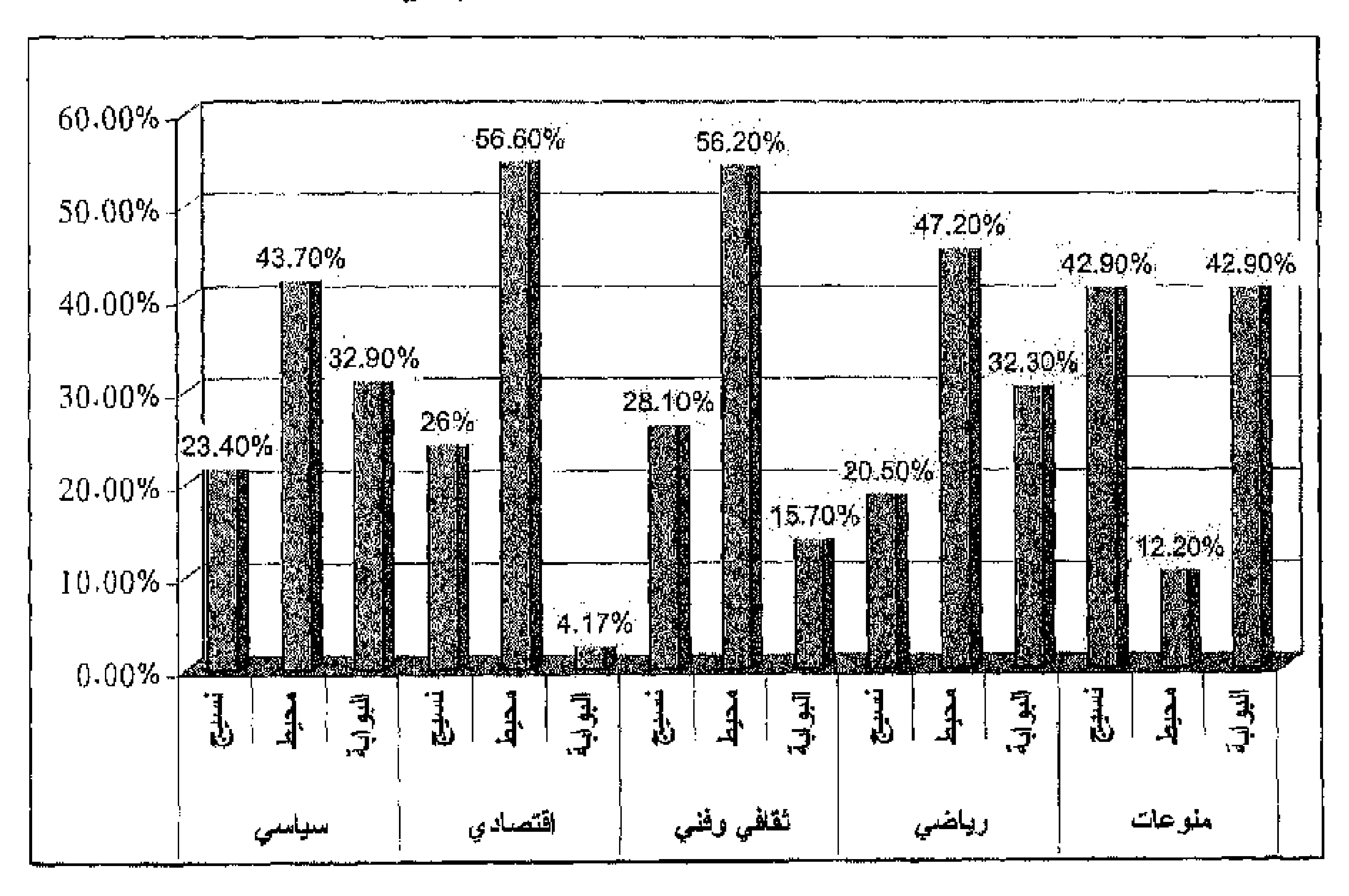
في ضوء المقالات الصحفية التي توزعت عليها الموضوعات، وكما تشير النتائج في الجدول رقم (4-34) حققت بوابة محيط المرتبة الأولى بإحرازها معدلاً بلغ 86 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 43.7٪ من مجموع المقالات السياسية في البوابات، ثم جاءت بوابة البوابة بمعدل 65 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 32.9٪ وأخيراً بوابة نسيج بمعدل 46 تكراراً وبنسبة مئوية 23.4٪ أما المقالات الاقتصادية، فقد حققت بوابة محيط معدلاً بلغ 13 تكراراً من مجموع (23) تكراراً يمثل إجمالي المقالات الاقتصادية في البوابات، وتأتي بوابة نسيج بمعدل 6 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 26٪ وفي بوابة البوابة بلغت معدلاً قدره 4 تكرارات وبنسبة مئوية 17.4٪ وقريبا من معدلات ونسب المقالات الاقتصادية حظيت المقالات الثقافية والفنية بمعدل 18 تكراراً في بوابة محيط وبنسبة مئوية 56.2٪.

جدول رقم (4-34)

موضوعات المقال الصحفي في البوابات

اسم البوابة	سياسي		اقتصادي		ثقافي وفني		رياضي		منوعات	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	46	%23.4	6	%26	9	%28.1	7	%20.5	33	%42.9
محيط	86	%43.7	13	%56.6	18	%56.2	16	%47.2	11	%12.2
البوابة	65	%32.9	4	%17.4	5	%15.7	11	%32.3	33	%42.9
المجموع	197	%100	23	%100	32	%100	34	%100	77	%100

شكل (4-34) موضوعات المقال الصحفي في البوابات



وعلى الرغم من أن بوابة نسيج لم تولِ الموضوعات الفنية[93] الاهتمام نفسه كما في البوابتين الأخريين إلا أنها حققت معدلاً أكبر من بوابة البوابة، إذ جاءت بمعدل 9 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 28.1٪، لتأتي الموضوعات الثقافية أخيراً في بوابة البوابة بمعدل 5 تكرارات وبنسبة مئوية 15.7٪.

أما الموضوعات الرياضية فلم تكن بعيدة عن مستوى الاهتمام بالموضوعات التي سبق عرضها، إذ جاءت محيط في الترتيب الأول بمعدل 16 تكراراً وبنسبة مئوية 47.2٪ أما بوابة البوابة فحققت الترتيب الثاني بمعدل 11 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 32.3٪ ثم بوابة نسيج إذ نالت معدل 7 تكرارات وبنسبة مئوية 20.5٪.

أما الموضوعات المنوعة، فقد حققت بوابة نسيج والبوابة معدلات متساوية هي 33 تكراراً وبنسبة مئوية 42.9٪ وأخيراً بوابة محيط بمعدل 11 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 12.2٪.

تقدمت نسبة الاهتمام بالموضوعات السياسية في كل بوابة منفردة وقياساً إلى مجموع المقالات الصحفية في كل بوابة كما هو واضح في الجدول رقم (4-35)، ففي بوابة نسيج جاءت بنسبة مئوية قدرها 45.7٪، ثم تأتي الموضوعات المنوعة بنسبة مئوية قدرها 32.6٪، ثم نسب أقل حازت عليها كل من الموضوعات الثقافية بنسبة مئوية قدرها 8.9٪ وإن كانت مقتصرة على الموضوعات الثقافية في صفحة نادي الكُتّاب دون أن يكون هناك اهتمام ملحوظ أو تخصيص صفحة للموضوعات الفنية.

وحازت الموضوعات الرياضية على نسبة مئوية قدرها 6.9٪ ثم الموضوعات الاقتصادية التي نالت نسبة مئوية قدرها 5.9٪.

يلاحظ [94]،أن المقالات في بوابة نسيج معظمها منقول من الصحف العربية والتي غالباً ما تكون صحفاً سعودية، وهي تشير إلى مصدرها وأسم كاتب المقالة وقد حرصت بوابة نسيج أن تكون المقالات بأقلام معينة يتكرر نشرها لمقالاتهم. لاسيما المقالات السياسية.

وسيطرت الموضوعات السياسية أيضاً في بوابة محيط إذ حازت على نسبة مئوية قدرها 59.7٪ من مجموع المقالات الصحفية في محيط، وتليها ضمن مستويات الاهتمام بموضوعات المقالات الثقافية والفنية التي حققت نسبة مئوية قدرها 12.5٪ ثم الموضوعات الرياضية بنسبة مئوية قدرها 11.1٪ ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة مئوية قدرها 9٪. وأخيراً جاءت الموضوعات المنوعة بنسبة مئوية قدرها 7.7٪.

وتجدر الإشارة إلى أن المقالات الصحفية تكتبها وتحررها أقلام عربية من خارج كادر بوابة محيط أو منقولة من صحف عربية وتشير بوابة محيط إلى مصادرها أو التعريف باسم كاتبها، وتحرص محيط أيضاً على مشاركة عدد من الصحفيين والكُتاب العرب بصورة مستمرة

ولا تختلف بوابة البوابة في مستوى الاهتمام بالموضوعات السياسية إذ جاءت بنسبة مئوية متقدمة عن موضوعات المقالات الصحفية في البوابة وقدرها 55٪ وكان للشأن الفلسطيني نسبة أكبر من الاهتمام [95]، وجاءت الموضوعات المنوعة بالترتيب التالي بالأهمية وبنسبة مئوية قدرها 27.9٪ ثم الموضوعات الرياضية وبنسبة مئوية قدرها 9.4٪ تلتها الموضوعات الثقافية والفنية بنسبة مئوية قدرها 4.3٪ ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة مئوية 3.4٪ والتي يحررها كتاب محترفون وذوي خبرة في مجال بحوث السوق [96].

وغالباً ما تشير بوابة البوابة إلى كتاب المقالات ولاسيما المقالات التي تظهر على صفحات البوابة باللغة الإنكليزية.

ولتفسير نتائج العرض السابق، يمكن القول: إن هناك اختلافاً بين معدلات نسب الاهتمام بموضوعات المقالات الصحفية بين البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة - على مستوى استخدام المقالات الصحفية داخل كل بوابة منفردة كما أشارت نتائج الجدولين (4-34) و (4-35) وفي الوقت نفسه أظهرت تَقَدُم بوابة محيط فيما يتعلق بالموضوعات السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية للمقالات

جدول رقم (4-35)

موضوعات المقال الصحفي في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	سياسي		اقتصادي		ثقافي وفني		رياضي		منوعات		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	46	٪45.7	6	٪5.9	9	٪8.9	7	٪6.9	33	٪32.6	101	٪100
محيط	86	٪59.7	13	٪9	18	٪12.5	16	٪11.1	11	٪7.7	144	٪100
البوابة	65	٪55	4	٪3.4	5	٪4.3	11	٪9.4	33	٪27.9	118	٪100
المجموع	**197**		**23**		**32**		**34**		**77**		**363**	

شكل (4-35) موضوعات المقال الصحفي في كل بوابة منفردة

الصحفية التي تنشر فيها، ونجحت بوابتا نسيج والبوابة في إحراز التفوق في الموضوعات المنوعة للمقالات الصحفية. قياساً إلى بوابة محيط ألا أن البوابات مجتمعة حققت تَقَدُماً في مستوى الاهتمام بالمقالات السياسية على مستوى استخدام المقالات الصحفية في داخل كل بوابة منفردة كما أشارت نتائج الجدول رقم (4-35).

(د) التحقيق الصحفي:

يُعَدُّ التحقيق الصحفي أحد أهم الفنون الصحفية التي أولته وتوليه الصحافة أهمية بالغة لكونه من أحدث فنونها الذي من شأنه تمييز هذه الصحيفة عن غيرها من الصحف الأخرى، ويستمد التحقيق الصحفي أهميته في أنه لا يكتفي بالإعلام عن القضايا التي يتناولها، بل يدرسها ويحللها ويسندها للمساعدة في الوصول إلى حلول واستنتاجات واضحة ومحددة.

وتُظْهِرُ نتائج تحليل جدول رقم (4-36) أنواع التحقيق الصحفي الذي تستخدمه البوابات -موضوعة الدراسة-، إذ حققت محيط معدلاً قدره 48 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 60.8٪ في استخدام التحقيق الموضوعي جاءت بعدها بوابة نسيج بمعدل 21 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 26.2٪ وأخيراً بوابة البوابة حازت على 10 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 12.6٪.

أما في ما يتعلق بالتحقيق التفسيري فجاءت بوابة محيط في المرتبة الأولى بمعدل 15 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 48.4٪ وقد تقدمت على بوابة نسيج والبوابة اللتين أحرزتا معدلاً بلغ 12 تكراراً و 4 تكرارات وبنسب مئوية قدرها 39٪ و12.9٪ على التوالي في استخدام هذا النوع من التحقيقات الصحفية.

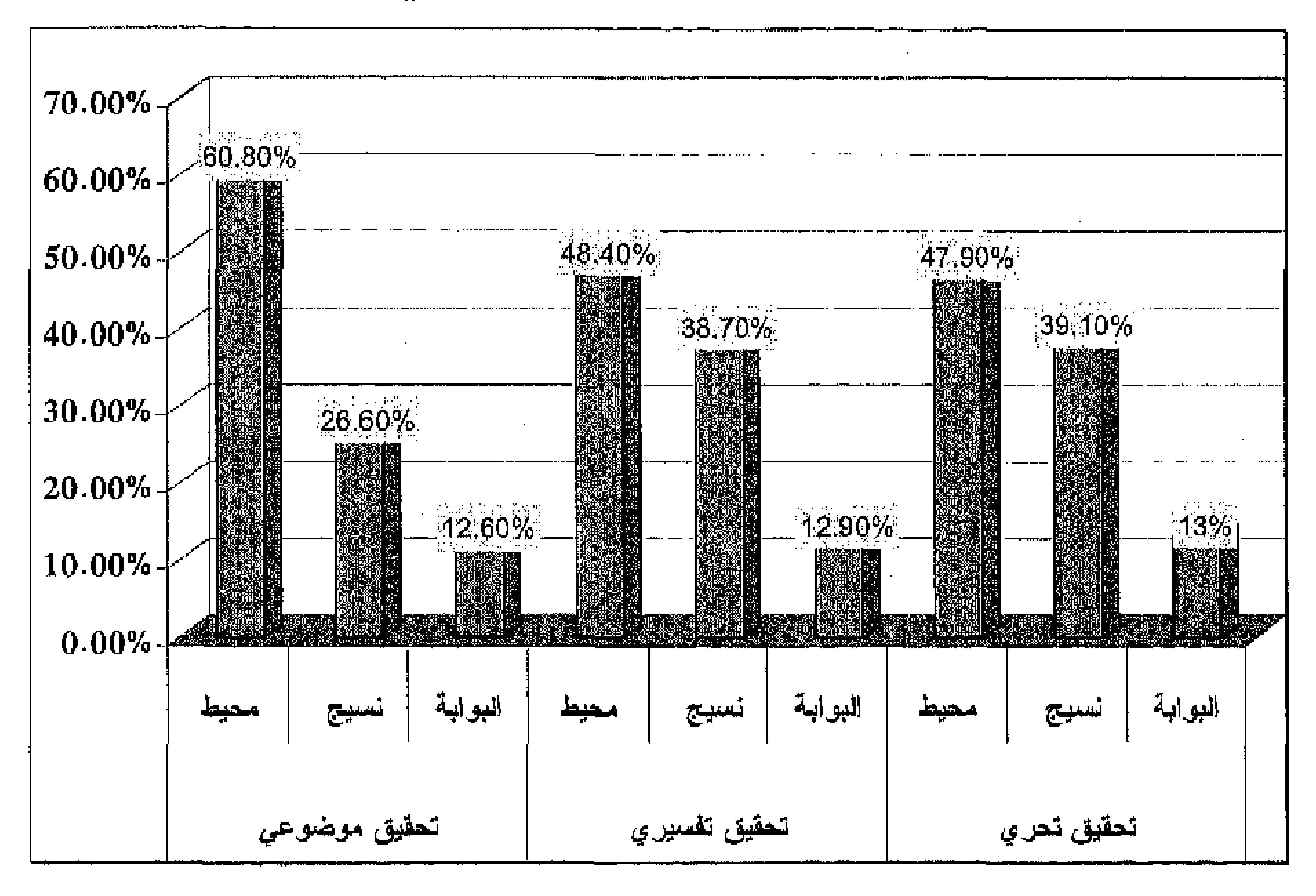
وفي تحقيق التحري أحرزت بوابة محيط معدلاً بلغ 11 تكراراً وبنسبة مئوية 47.9٪ تليها بوابة نسيج بمعدل 9 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 39.1٪ ثم بوابة البوابة بمعدل 3 تكرارات وبنسبة مئوية 13٪.

جدول رقم (4-36)

أنواع التحقيق الصحفي في البوابات

إسم البوابة	تحقيق موضوعي		تحقيق تفسيري		تحقيق تحري	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
محيط	48	٪60.8	15	٪48.4	11	٪47.9
نسيج	21	٪26.6	12	٪38.7	9	٪39.1
البوابة	10	٪12.6	4	٪12.9	3	٪13
المجموع	**79**	**٪100**	**31**	**٪100**	**23**	**٪100**

شكل (4-36) أنواع التحقيق الصحفي في البوابات



في مقابل ذلك تُرَكّزُ بوابة نسيج في مجال الاهتمام بأنواع التحقيق الصحفي وكما هو ظاهر في جدول رقم (4-37) على التحقيق الموضوعي بمعدل أعلى من معدلات أنواع التحقيق الأخرى، إذ حققت 21 تكراراً من إجمالي أنواع التحقيقات الصحفية فيها وبنسبة مئوية قدرها 50٪ ثم جاء التحقيق التفسيري بمعدل 12 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 28.5٪ ثم التحقيق التحري بمعدل 9 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 21.5٪.

ولا تختلف بوابة محيط في مستوى التركيز والاهتمام بالتحقيق الموضوعي إذ جاء بمعدل 48 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 64.8٪ ثم التحقيق التفسيري بمعدل 15 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 20.8٪ ثم تحقيق التحري بمعدل 11 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 14.9٪.

وكان التحقيق الموضوعي في بوابة البوابة بمعدل 10 تكرارات وبنسبة مئوية 58.8٪ أما التحقيق التفسيري فأحز المرتبة الثانية أيضاً بمعدل 4 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 23.5٪ ثم تحقيق التحري الذي نال 3 تكرارات وبنسبة مئوية 17.7٪.

وبذلك أظهرت نتائج بيانات الجدول رقم (4-36) تقدم بوابة محيط في مستوى استخدام أنواع التحقيقات الصحفية كافة قياساً إلى بوابتي نسيج والبوابة.

في حين أشارت النتائج في الجدول رقم (4-37) إلى اهتمام متقدم بالتحقيق الموضوعي في البوابات الإلكترونية مجتمعة مع تفوق واضح لبوابة محيط بنسبة أعلى، وحققت بوابة نسيج التفوق في استخدام التحقيق التفسيري وتحقيق التحري بعد أن نالت الترتيب الأفضل فيهما معاً.

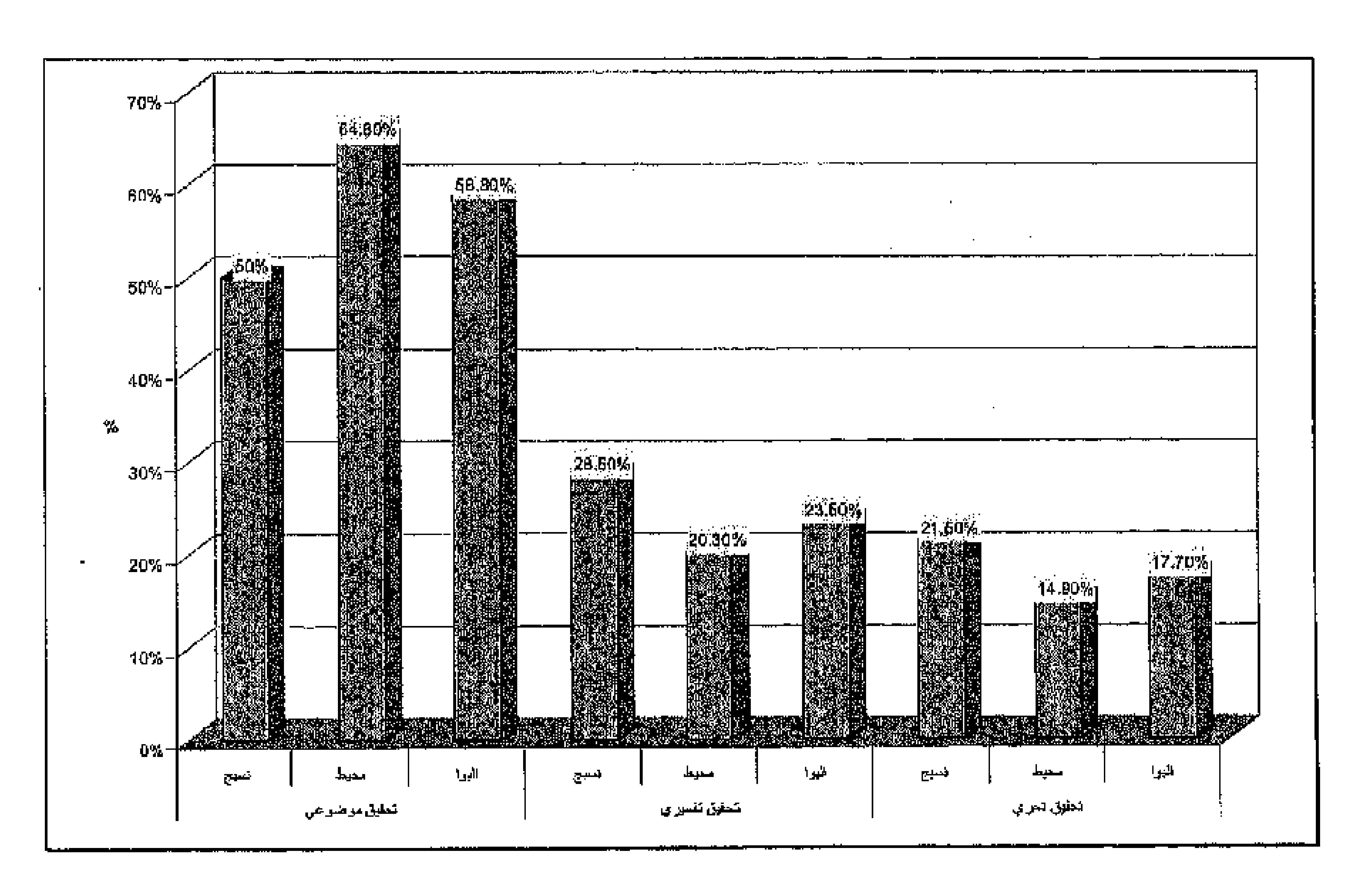
يبين جدول رقم (4-38) أن بوابة نسيج حازت على أعلى معدل في مستوى التركيز على الموضوعات السياسية إذ نالت معدلاً بلغ 14 تكراراً وبنسبة مئوية 35.8٪ تليها بوابة محيط بمعدل 13 تكراراً وبنسبة مئوية 33.4٪ ثم بوابة البوابة التي حازت على 12 تكراراً وبنسبة مئوية 30.8٪ من إجمالي معدل التحقيقات الصحفية التي تغطي الموضوعات السياسية في البوابات مجتمعة.

جدول رقم (4-37)

أنواع التحقيق الصحفي في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	تحقيق موضوعي		تحقيق تفسيري		تحقيق تحري		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	21	٪50	12	٪28.5	9	٪21.5	42	٪100
محيط	48	٪64.8	15	٪20.3	11	٪14.9	74	٪100
البوابة	10	٪58.8	4	٪23.5	3	٪17.7	17	٪100
المجموع	**79**		**31**		**23**		**133**	

شكل (4-37) أنواع التحقيق الصحفي في كل بوابة منفردة



في حين احتلت بوابة محيط المرتبة الأولى في تغطية الموضوعات الاقتصادية إذ حازت على معدل 12 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 57.2٪ ثم بوابة نسيج. بمعدل بلغ 7 تكرارات وبنسبة مئوية 33.3٪ وأخيراً بوابة البوابة بمعدل ضئيل بلغ تكرارين وبنسبة مئوية 9.5٪.

وحققت بوابة محيط أيضاً أعلى معدل في تغطية الموضوعات الرياضية في التحقيقات الصحفية بعد أن أحرزت معدلاً بلغ 14 تكراراً وبنسبة مئوية 87.5٪ وتأتي بوابة البوابة بالمرتبة الثانية إذ حازت على معدل تكرارين وبنسبة مئوية 12.5٪ ولم تحرز بوابة نسيج أي معدل في تغطية الموضوعات الرياضية.

أما فيما يتعلق بالموضوعات الثقافية والفنية فتقدمت بوابة محيط بإحرازها معدلاً بلغ 13 تكراراً وبنسبة مئوية 54.2٪ وجاءت بوابة نسيج بمعدل 10 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 41.6٪ لتحتل المرتبة الثانية وأخيرا بوابة البوابة التي أحرزت تكراراً واحداً وبنسبة مئوية قدرها 4.2٪.

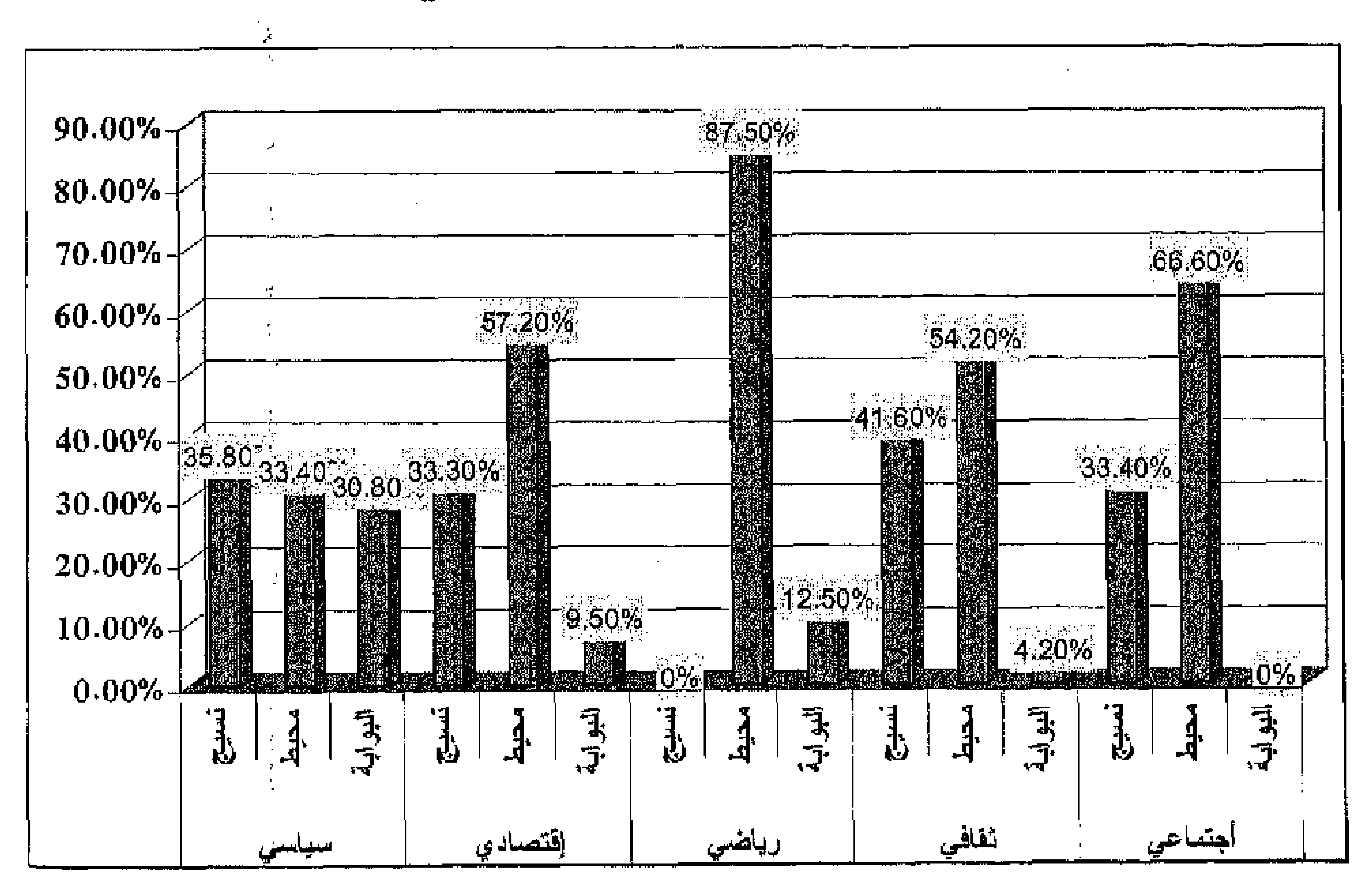
إن القضايا الاجتماعية التي غطتها التحقيقات الصحفية حظيت باهتمام واضح في كل من بوابة محيط ونسيج، إذ بلغ معدل ما حققته محيط 22 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 66.6٪ تقابلها 11 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 33.4٪ مما أحرزته بوابة نسيج ويلاحظ من الجدول أعلاه أن الموضوعات الاجتماعية لم تنل اهتماماً إذ لم تحصل على نسبة تذكر في بوابة البوابة.

تشير نتائج التحليل إلى أن بوابة نسيج تهتم بالموضوعات السياسية التي تناولتها التحقيقات الصحفية في أثناء مدة الدراسة إذ حققت معدلا بلغ 14 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 33.3٪ وتلتها الموضوعات الاجتماعية بعد أن نالت معدلاً بلغ 11 تكراراً بنسبة مئوية 26.2٪ أما الموضوعات الثقافية فقد حققت معدلاً بلغ 10 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 23.9٪ ثم الموضوعات الاقتصادية بمعدل 7 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 16.6٪، في حين لم تحرز الموضوعات الرياضية أي مستوى من الاهتمام في جانب التحقيقات الصحفية في نسيج، وتجدر الإشارة هنا إلى أن عدداً من التحقيقات

جدول رقم (4-38)
موضوعات التحقيق الصحفي في البوابات

اسم البوابة	سياسي		اقتصادي		رياضي		ثقافي		اجتماعي	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	14	٪35.8	7	٪33.3	0	٪0	10	٪41.6	11	٪33.4
محيط	13	٪33.4	12	٪57.2	14	٪87.5	13	٪54.2	22	٪66.6
البوابة	12	٪30.8	2	٪9.5	2	٪12.5	1	٪4.2	-	-
المجموع	**39**	**٪100**	**21**	**٪10**	**16**	**٪100**	**24**	**٪100**	**33**	**٪100**

شكل (4-38) موضوعات التحقيق الصحفي في البوابات



الصحفية التي جاءت ضمن تصنيف التحقيقات الصحفية لم تكن في بنائها وصياغتها وفق مفهوم التحقيق الصحفي كما هو وارد في الأدبيات الإعلامية والصحفية [97].

اهتمت التحقيقات الصحفية في بوابة محيط بالموضوعات الاجتماعية كما هو واضح في جدول رقم (4-39) إذ حازت على معدل 22 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 29.8٪.

كما أظهرت نتائج التوزيع للموضوعات الأخرى معدلات متقاربة إذ نالت الموضوعات السياسية والثقافية والفنية معدلات متساوية بلغت 13 تكراراً وبنسبة مئوية 17.5٪، أما الموضوعات الرياضية فقد حازت على معدل 14 تكراراً وبنسبة مئوية 18.9٪ ثم الموضوعات الاقتصادية وجاءت بمعدل بلغ 12 تكراراً وبنسبة مئوية 16.3٪ ويؤكد العرض السابق ما يصفه المشرفون في بوابة محيط بتنوع التحقيقات الصحفية التي تغطي المحاور أو الموضوعات السياسية والاقتصادية والفنية والرياضية فضلاً عن القضايا المحلية التي تهم المجتمع [98].

أما بوابة البوابة فقد ركزت بشكل واضح كما يظهر في الجدول نفسه على الموضوعات السياسية وعلى الرغم من تدني معدل التحقيقات الصحفية في بوابة البوابة، إلا أنها ركزت على الموضوعات السياسية التي نالت 12 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 70.5٪، ثم الموضوعات الاقتصادية والرياضية التي أحرزتا المعدل ذاته والبالغ تكرارين وبنسبة مئوية 11.8٪ وأخيراً الموضوعات الثقافية والفنية بمعدل تكرار واحد وبنسبة مئوية 5.9٪ في حين لم يلاحظ كما هو في الجدول المذكور أعلاه أي اهتمام بالموضوعات الاجتماعية التي تناولتها أو تغطيها التحقيقات الصحفية في بوابة البوابة.

وبذلك اختلفت نتائج العرض السابق لمستويات الاهتمام بموضوعات التحقيق الصحفي في البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة -، إذ تفوقت بوابة نسيج في الموضوعات السياسية في حين تقدمت بوابة محيط في الموضوعات الأخرى.

جدول رقم (4-39)

موضوعات التحقيق الصحفي في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	سياسي		اقتصادي		رياضي		ثقافي		اجتماعي		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	14	٪33.3	7	٪16.6	0	٪0	10	٪23.9	11	٪26.2	42	٪100
محيط	13	٪17.5	12	٪16.3	14	٪18.9	13	٪17.5	22	٪29.8	74	٪100
البوابة	12	٪70.5	2	٪11.8	2	٪11.8	1	٪5.9	–	–	18	٪100
المجموع	**39**		**21**		**16**		**24**		**33**		**133**	

شكل (39-4) موضوعات التحقيق الصحفي في كل بوابة منفردة

80.00%
70.00%
60.00%
50.00%
40.00%
30.00%
20.00%
10.00%
0.00%

	نسيج	محيط	البوابة
سياسي	33.30%	17.50%	70.50%
إقتصادي	16.60%	16.30%	11.80%
رياضي	0%	18.90%	11.80%
ثقافي	23.90%	17.50%	5.90%
أجتماعي	26.20%	29.80%	0%

في الوقت نفسه أشارت نتائج الجدول رقم (4-39) إلى تقدم بوابة البوابة في مستويات الاهتمام بالموضوعات السياسية في استخدام التحقيق الصحفي على مستوى كل بوابة منفردة، وكما تباينت مستويات الاهتمام بين بوابات الدراسة فيما يخص الموضوعات الأخرى في التحقيقات الصحفية المستخدمة فيها.

(هـ) **الحوار الصحفي:**

تعددت الأسماء التي أطلقها الباحثون على هذا النوع من الفنون الصحفية، فمنهم من أسماه (الحديث) ومنهم من أطلق عليه تسمية (المقابلة) وآخرون أشاروا إلى (الاستجواب)، ومهما يكن من أمر فأن جميع هذه التسميات تصب في قالب واحد يعتمد الحوار طريقاً أساسياً للوصول إلى المعلومات والآراء.

وعلى الرغم من أن الحوار الصحفي جاء في مرتبة تبدو الأخيرة بين الأنواع الصحفية في البوابات الإلكترونية، إلا أنها مرتبة لا بأس بها إذا ما أخذنا بنظر الاعتبار تركيز البوابات على الأخبار والتقارير الإخبارية.

ومن الجدول رقم (4-40) تبين أن البوابات الإلكترونية المبحوثة ركزت على الموضوعات السياسية إذ جاءت بوابة محيط بالمرتبة الأولى بمعدل 18 تكراراً بنسبة مئوية قدرها 66.6٪ وتلتها بوابة نسيج بمعدل 9 تكرارات وبنسبة مئوية قدرها 33.3٪، أما موضوعات الثقافة والفن فحققت 27 تكراراً وبنسبة مئوية 93.2٪ في بوابة محيط تلتها بوابة نسيج بمعدل تكرارين وبنسبة مئوية 6.8٪.

في القضايا الاقتصادية التي شملتها الحوارات الصحفية كانت بوابة محيط متقدمة بمعدل 11 تكراراً وبنسبة مئوية 91.7٪ تلتها بوابة نسيج التي أحرزت معدلاً ضئيلاً بلغ تكراراً واحداً وبنسبة مئوية قدرها 8.3٪.

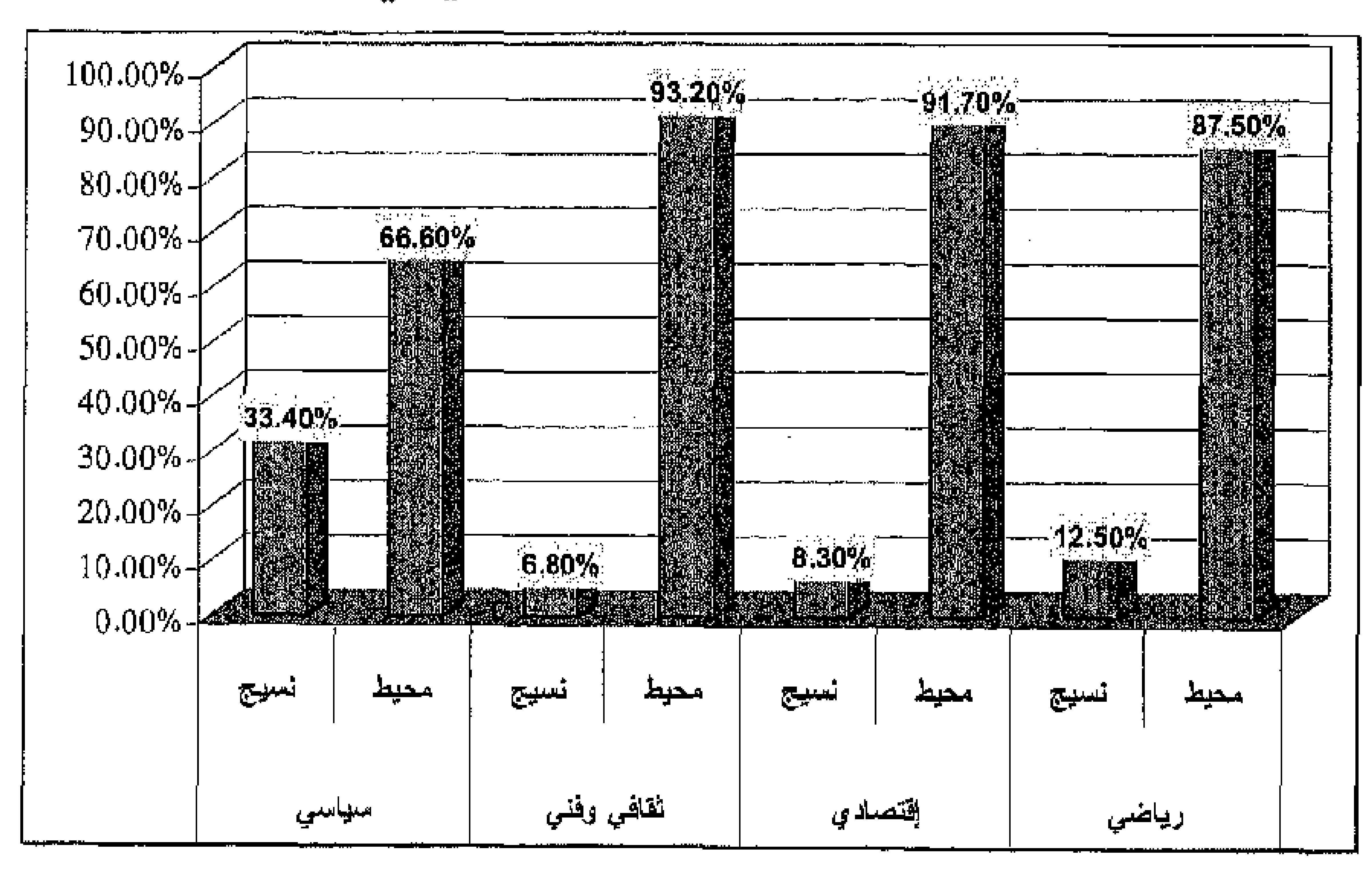
أما موضوعات الرياضة، كذلك احتلت بوابة محيط المرتبة الأولى بمعدل 14 تكراراً وبنسبة مئوية 87.5٪ تليها بوابة نسيج بمعدل بلغ تكرارين وبنسبة مئوية 12.5٪، ويبدو واضحاً أن بوابة البوابة لم تولِ الحوارات الصحفية الأهمية ذاتها التي

جدول رقم (4-40)

موضوعات الحوار الصحفي في البوابات

اسم البوابة	سياسي		ثقافي وفني		اقتصادي		رياضي		المجموع
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
نسيج	9	٪33.4	2	٪6.8	1	٪8.3	2	٪12.5	14
محيط	18	٪66.6	27	٪93.2	11	٪91.7	14	٪87.5	70
المجموع	**27**	**٪100**	**29**	**٪100**	**12**	**٪100**	**16**	**٪100**	**84**

شكل (4-40) موضوعات الحوار الصحفي في البوابات



أولتها لبقية الفنون الصحفية إذ لم تظهر نتائج التحليل أي مؤشرات إلى ذلك، على الرغم من أن بوابة البوابة تُعَرِّفُ نفسها بأن لديها القدرة على الحصول على المقابلات في مواعيدها مع وجود فريق من المحترفين ذوي السمعة القومية في الحياد والموضوعية، وتضيف إلى ذلك أنها تصل إلى مالا يمكن الوصول إليه، فهي تحصل على مقابلات مع القادة الفلسطينيين تحت أزير الإطلاقات ومع رجال الدين المصريين تحت الإقامة (99).

في ضوء ما تبين من نتائج تحليل جدول رقم (4-41) حققت بوابة نسيج نسبة مئوية قدرها 64.3٪ في تركيزها على الموضوعات السياسية للحوارات الصحفية قياساً إلى إجمالي الحوارات الصحفية في بوابة نسيج والتي بلغت 14 تكراراً، وجاءت الموضوعات الاقتصادية بنسبة 7.1٪ ثم الموضوعات الثقافية والرياضية اللتان أحرزتا نسبة مئوية متساوية قدرها 14.3٪ في حين يقابل ذلك اهتمام واضح بالموضوعات الثقافية والفنية في بوابة محيط إذ بلغت نسبة مئوية قدرها 38.6٪ وتأتي بعدها الموضوعات السياسية بنسبة مئوية قدرها 25.7٪ ثم الموضوعات الرياضية بنسبة مئوية قدرها 20٪ وأخيراً الموضوعات الاقتصادية بنسبة مئوية قدرها 15.7٪.

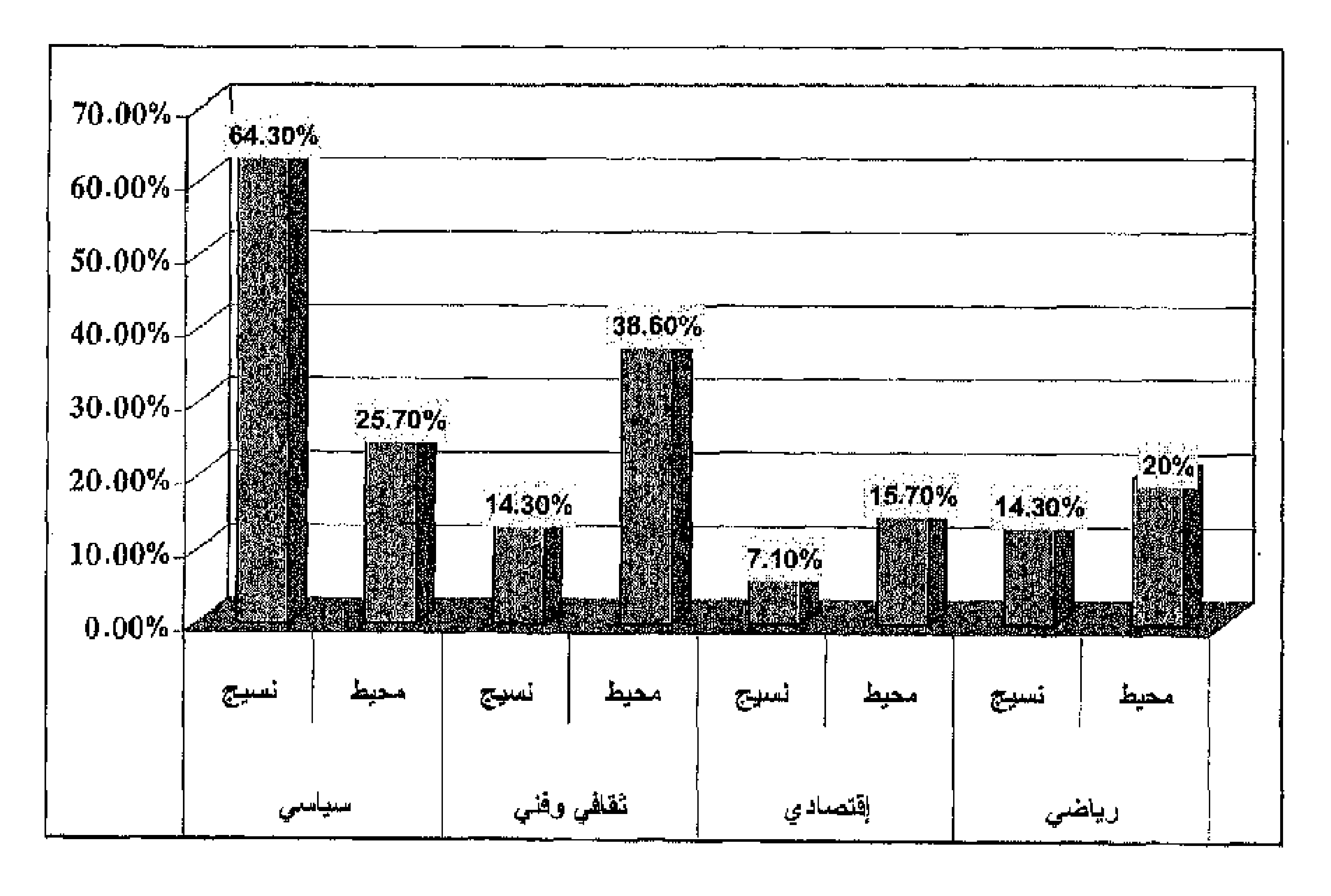
وبذلك اقتصرت المقارنة بين بوابتي نسيج ومحيط وذلك لغياب استخدام الحوارات الصحفية في بوابة البوابة، كما أشارت نتائج الجدول رقم (4-40) إلى تفوق بوابة محيط في مستويات الاهتمام بموضوعات الحوارات الصحفية بشكل عام، في حين دلت نتائج الجدول رقم (4-41) إلى تقدم بيانات الموضوعات السياسية في بوابة نسيج، وحافظت بوابة محيط على مستويات اهتمامها ببقية الموضوعات.

جدول رقم (4-41)

موضوعات الحوار الصحفي في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	سياسي		ثقافي وفني		اقتصادي		رياضي		المجموع	
	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	9	%64.3	2	%14.3	1	%7.1	2	%14.3	14	%100
محيط	18	%25.7	27	%38.6	11	%15.7	14	%20	70	%100
المجموع	**27**		**29**		**12**		**16**		**84**	

شكل (4-41) موضوعات الحوار الصحفي في كل بوابة منفردة



2- تعدد الأبواب الإخبارية في البوابات:

إن أهم سمات البوابات الإلكترونية الإعلامية هي تعددية طبقات البوابة إخبارياً أو معلوماتياً، إذ أن البوابة هي موقع المواقع المتعددة الذي تستبطن داخل أحشائه مجموعة مواقع تتبع له وتمثل روابطه الداخلية الرئيسة (100).

وتتضمن البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة - مجموعة من المواقع، يهدف كل موقع إلى تقديم خدمة إخبارية، بإفادة واضحة من إمكانيات الإنترنت، وكل موقع يحمل محتوى إخباري ذا طبيعة تتصل بعنوان الموقع.

بوابة نسيج تحتضن أول موقع عربي متخصص في نشر المجلات على الإنترنت، تحت اسم (مجلات نسيج) ويضم الموقع (9) مجلات منشورة تتيح للمستخدم البحث في قاعدة بيانات شاملة لكل محتوى هذه المجلات، ونشر هذه المجلات بدون مقابل من المتصفح أو الناشر.

ويشمل الموقع الأدوات التفاعلية، وأرشيفاً يمكن البحث فيه، فضلاً عن الخدمات المتنوعة الأخرى (101).

في محيط مواقع متخصصة لكل دولة عربية على حدة، ولعدد من دول العالم صُنِفتْ تحت مُسمى القارات، تغطي أخبارها المحلية، كما أن جميع المواد الصحفية في الأبواب والأقسام المتنوعة يتم تصنيفها حسب الدول وبما يمكن بواسطتها تصميم صفحة لكل دولة على حدة وبدورها يتم تقسيم الصفحة على أقسام وأبواب موضوعية(102)، على سبيل المثال سنجد تحت كل دولة أبواباً للشؤون الخارجية والمال والأعمال والرياضة والمرأة والكمبيوتر، فضلاً عن قسم الأخبار المحلية في الدولة نفسها، وأدوات للبحث في أرشيف الموقع أو الوصول إلى المعلومات في الإنترنت فضلاً عن الخدمات التفاعلية وغيرها من الخدمات التي تقدمها محيط.

أما بوابة البوابة فقد أفردت هي الأخرى مواقع خاصة بالدول العربية وثلاث من دول الشرق الأوسط شملت قبرص وإيران وتركيا تُشَكّلُ كل واحدة منها موقعاً متكاملاً بحد ذاته يتكامل في إطار البوابة العامة (103).

(أ) تبويب موضوعات الأخبار:

وتقدم المواقع المتعددة تغطية إخبارية للأحداث والتطورات كما تشير بيانات الجدول رقم (4-42) إذ يوضح الجدول الأبواب الإخبارية في البوابات -موضوعة الدراسة- التي تعرضها عن طريق المواقع الموجودة داخلها، إذ تشير النتائج إلى أن بوابة البوابة حققت معدلاً بلغ 823 تكراراً وبنسبة مئوية 51.6٪ في باب الأخبار السياسية يقابلها في بوابة محيط 664 تكراراً وبنسبة مئوية 41.5٪ تلتها بوابة نسيج بمعدل اقل بلغ 123 تكرارا وبنسبة ضئيلة قدرها 7٪.

أما في باب الأخبار الاقتصادية فحققت بوابة البوابة معدلاً قدره 411 تكراراً وبنسبة مئوية 51.6٪ وتعكس المؤشرات الإحصائية هذه اهتمام بوابة البوابة في تقديم الأخبار الاقتصادية لاسيما المؤشرات الاقتصادية لدول الخليج العربي وبخاصة الإمارات، تليها بوابة محيط بمعدل 228 تكرارا وبنسبة مئوية 28.6٪ ثم بوابة نسيج بمعدل 158 تكراراً وبنسبة 19.8٪.

إن الأخبار الرياضية حظيت باهتمام واضح في بوابة محيط إذ أحرزت معدلاً بلغ 101 تكراراً وبنسبة مئوية 45.4٪ ثم بوابة نسيج بمعدل 64 تكراراً وبنسبة 22.8٪ وأخيراً بوابة البوابة بمعدل 57 تكراراً وبنسبة 25.7٪.

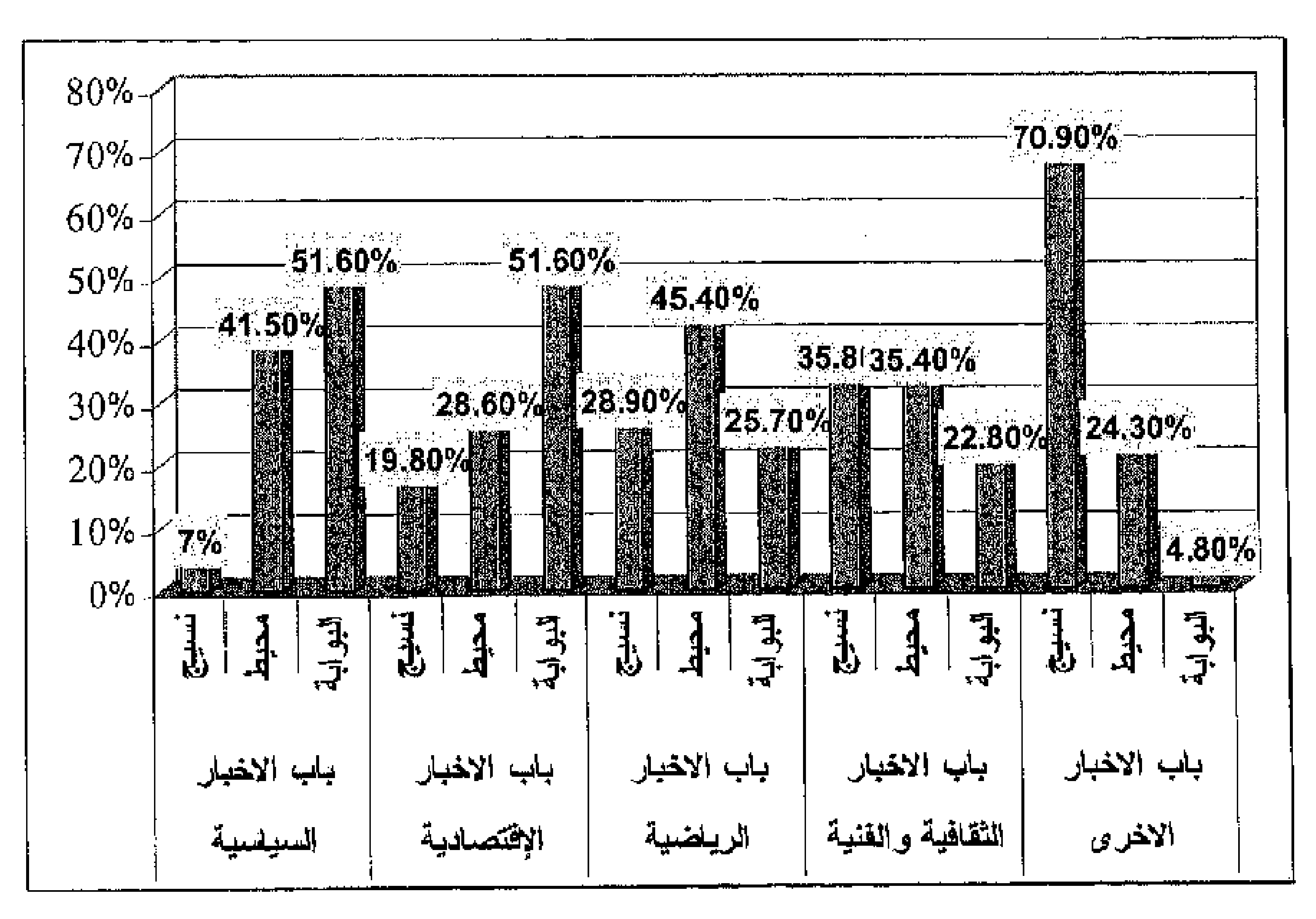
ونالت الأخبار الثقافية والفنية معدلات تكاد تكون متقاربة في بوابتي نسيج ومحيط إذ بلغت 189 تكراراً وبنسبة مئوية 35.8٪ و 187 تكراراً وبنسبة مئوية 35.4٪ في البوابتين بمعدل 152 تكراراً وبنسبة مئوية 28.8٪.

لاحظت الباحثة[104] التركيز الشديد لبوابة نسيج على تقديم الأخبار الأخرى ذات الصلة بالشؤون الدينية والإسلامية وشؤون المرأة وهو ما أشارت إليه النتائج إذ جاءت بمعدل أعلى من البوابتين الأخريين بلغ 480 تكراراً وبنسبة مئوية 70.9٪، تلتها بوابة محيط بمعدل 164 تكراراً والتي اقتصرت على أخبار المرأة والحوادث، أما بوابة البوابة فقد نالت فيها الأخبار المتنوعة وأخبار المرأة معدلاً بلغ 33 تكراراً وبنسبة 4.8٪.

جدول رقم (4-42)
تعدد الأبواب الإخبارية تبويب موضوعات الأخبار

إسم البوابة	باب الأخبار السياسية		باب الأخبار الاقتصادية		باب الأخبار الرياضية		باب الأخبار الثقافية والفنية		باب الأخبار الأخرى	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
نسيج	113	7٪	158	19.8٪	64	28.9٪	189	35.8٪	480	70.9٪
محيط	664	41.5٪	228	28.6٪	101	45.4٪	187	35.4٪	164	24.3٪
البوابة	823	51.6٪	411	51.6٪	57	25.7٪	152	22.8٪	33	4.8٪
المجموع	**1600**	**100٪**	**797**	**100٪**	**222**	**100٪**	**528**	**100٪**	**677**	**100٪**

شكل (4-42) تعدد الأبواب الإخبارية تبويب موضوعات الأخبار



(ب) **التبويب الجغرافي للأخبار:**

وإذا ما انتقلنا إلى الجدول رقم (4-43) المعني بالتبويب الجغرافي للأخبار فيشير إلى أن الأخبار المحلية في بوابة نسيج حققت أعلى معدل بلغ 642 تكرارا وبنسبة 55.3٪ ثم بوابة محيط بمعدل 362 تكراراً وبنسبة 31.2٪ ثم بوابة البوابة 156 تكراراً وبنسبة 13.5٪.

نالت ملفات الأخبار العربية التركيز الأكثر في البوابات مجتمعة (ماعدا نسيج)، إذ حققت إجمالياً 1787 تكراراً وتوزعت على 813 تكراراً وبنسبة 45.6٪ في بوابة البوابة تليها بوابة محيط بمعدل بلغ 758 تكراراً وبنسبة 42.4٪ وأخيراً بوابة نسيج بمعدل 216 تكرارا وبنسبة 12٪ ركزت على الشؤون المحلية أكثر من تركيزها على الشؤون العربية والعالمية.

أما الأخبار العالمية فأحرزت أعلى المعدلات بوابة البوابة أيضاً، إذ بلغ 507 تكرارا وبنسبة 57.9٪ تليها بوابة محيط بمعدل 224 تكراراً وبنسبة 25.5٪ وأخيراً بوابة نسيج بمعدل 146 تكراراً وبنسبة 16.6٪.

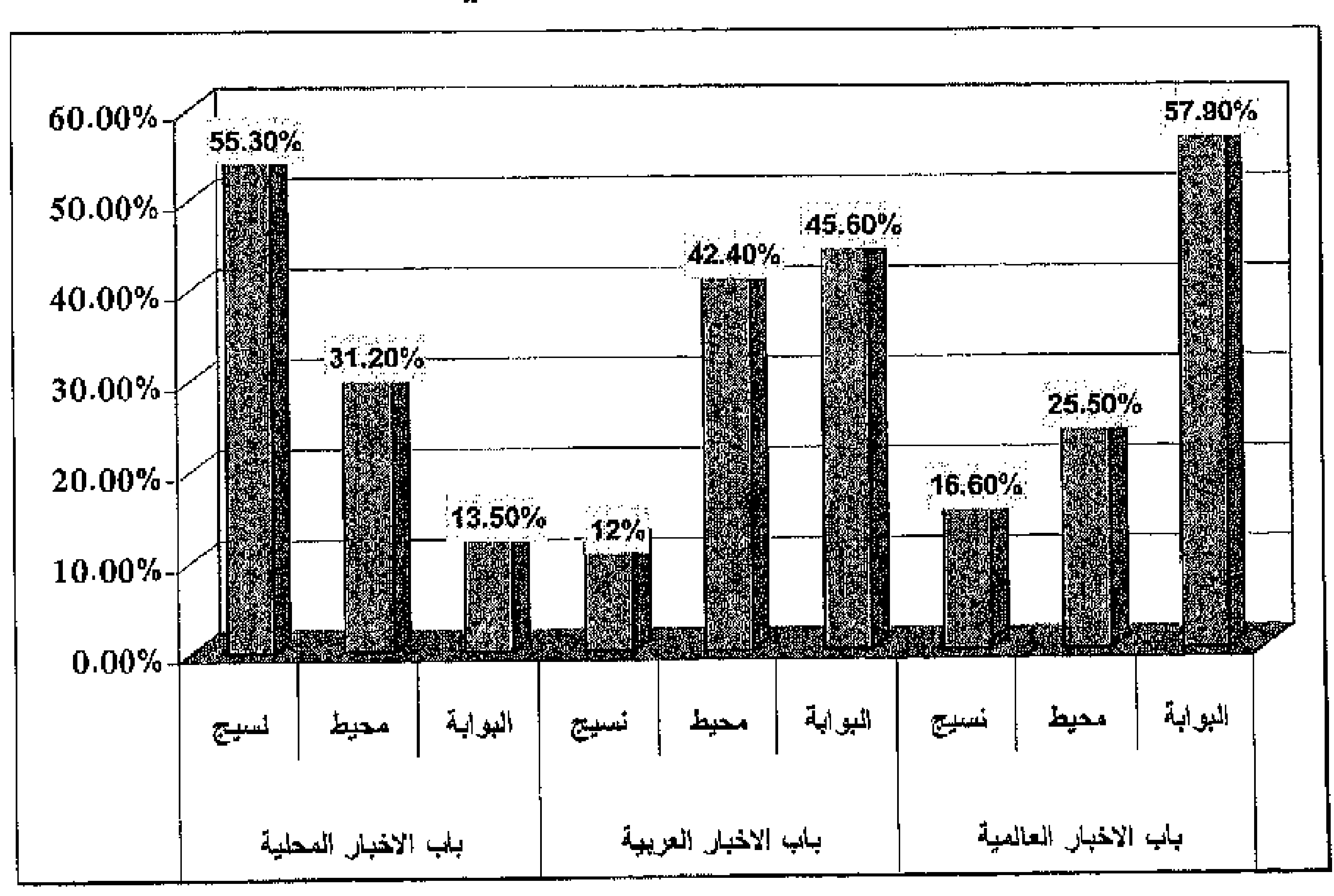
ولتفسير نتائج البيانات السابقة، فقد لوحظ[105] أن بوابة نسيج تُرَكِّزُ على الشؤون المحلية المُعَبِّرَة عن أحداث تقع داخل المجتمع المحلي (السعودي) واهتمام واضح بتغطية إخبارية للأحداث والتطورات على الصعيد المحلي لكل دولة عربية في بوابتي البوابة ومحيط، مع تقدم تغطية شرق أوسطية للدول الثلاث (قبرص، تركيا، إيران) في بوابة البوابة مع أخبار بعض قارات دول العالم في بوابة محيط.

وتأتي معدلات تغطية الشؤون العربية والعالمية في بوابة نسيج بمستوى أقل من بوابتي محيط والبوابة، إذ كان مستوى الاهتمام بالشؤون المحلية هو الذي حقق الترتيب الأفضل كما ذُكِرَ سابقاً.

جدول رقم (4-43)
التبويب الجغرافي للأخبار

إسم البوابة	باب الأخبار المحلية		باب الأخبار العربية		باب الأخبار العالمية		المجموع
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	
نسيج	642	٪55.3	216	٪12	146	٪16.6	1004
محيط	362	٪31.2	758	٪42.4	224	٪25.5	1344
البوابة	156	٪13.5	813	٪45.6	507	٪57.9	1476
المجموع	**1160**	**٪100**	**1787**	**٪100**	**877**	**٪100**	**3824**

شكل (4-43) التبويب الجغرافي للأخبار



3- المواد الإعلامية التي تحظى بتعليقات القراء:

لقد أوجدت صحافة الإنترنت تطبيقات غير مسبوقة للأشكال الصحفية، فظهرت مثلاً (صحافة الحواشي)، التي تتمتع بقدرتها على استيعاب الإضافات والتعليقات المختلفة من القراء، مما يعزز الحق في الإعلام والإتصال، ويساعد على النمو التراكمي للمعلومات التي يشارك في صنعها القراء(106)، ويمكن دعم هذا القول بنتائج الجدول رقم (4-44) فقد أتاحت البوابات - موضوعة الدراسة- (بوابتا محيط والبوابة)(107) فرصة التعليق وإبداء الآراء على المواد الإعلامية المنشورة، كما تسمح بمناقشة الأخبار والقضايا المختلفة، ويمكن تفسير ذلك بنتائج الجدول نفسه إذ نالت التقارير الإخبارية المرتبة الأولى وبمعدل بلغ 3914 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 50٪ فيما حازت الأخبار المرتبة الثانية بمعدل بلغ 1956 تكراراً وبنسبة مئوية 25٪، تليها التحقيقات الصحفية التي جاءت بالمرتبة الثالثة وبمعدل بلغ 964 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 12٪ المقالات الصحفية وبمعدل 702 تكراراً وبنسبة مئوية 9٪ وأخيراً الحوارات الصحفية التي جاءت في المرتبة الخامسة بمعدل 327 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 4٪.

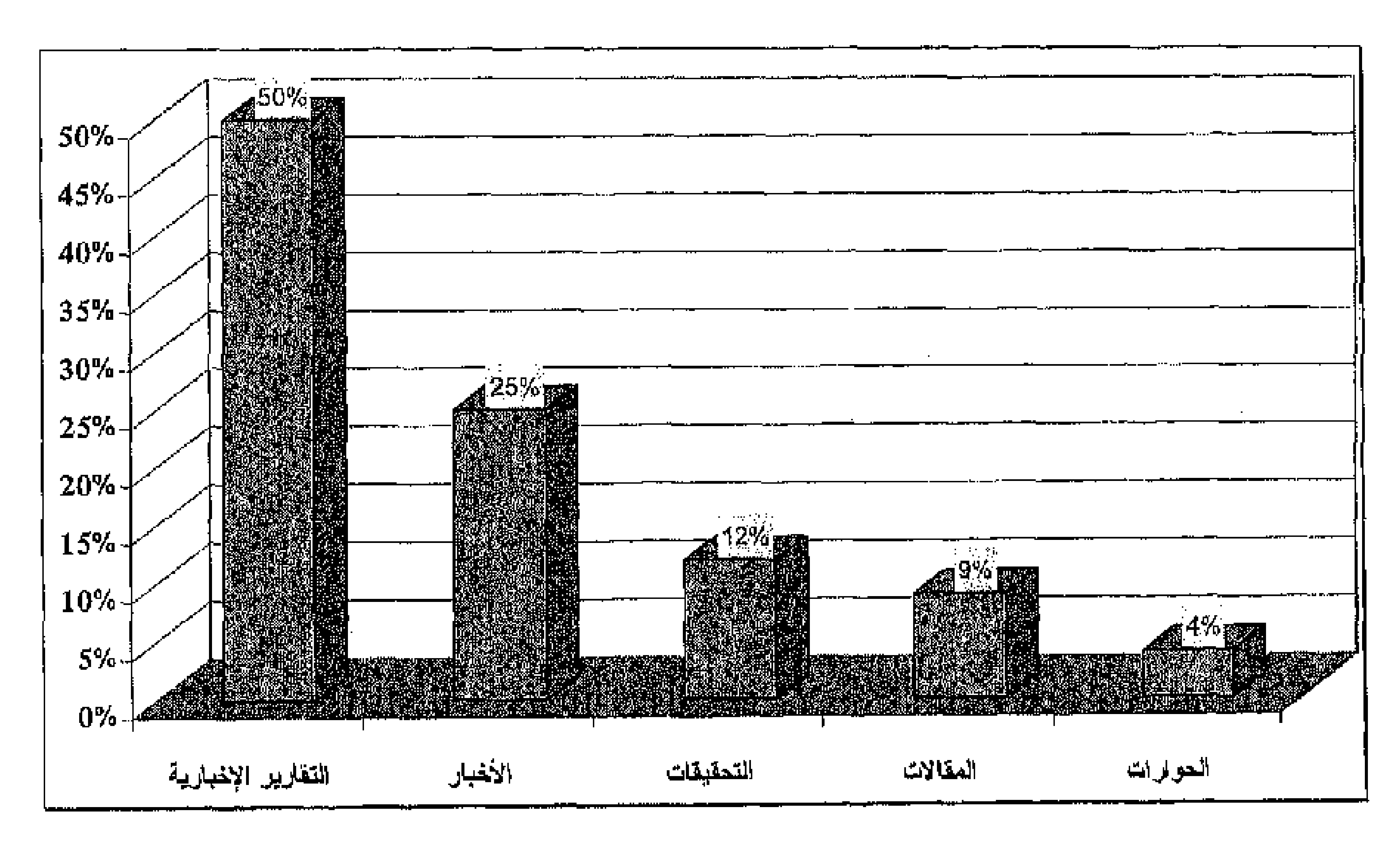
يمكن القول في ضوء البيانات السابقة: إن بوابتي محيط والبوابة حرصتا على توفير إمكانية التفاعل مع النص والتعليق على القضايا المطروحة أو إضافة آراء ومعلومات من قبل القراء، كما يلاحظ(108) أن بوابة محيط تعمد إلى توفير الوصلات التفاعلية عن طريق طرحها موضوعاً للحوار والنقاش وتطلب من القراء المشاركة فيه، لاسيما بعض الموضوعات السياسية والاجتماعية والرياضية التي تهم الرأي العام، مما يحقق للقارئ المزيد من المعلومات والخدمات الصحفية.

أما بوابة البوابة فقد اعتمدت أسلوب الاستمرار في نشر الخبر أو التقرير الإخباري أو المقال في الصفحة الرئيسة للبوابة في نسختيها العربية والإنكليزية وقد تصل مدة نشر التقرير الإخباري أو المقال إلى أكثر من شهر لإثرائه بتعليقات وآراء الجمهور.

جدول رقم (4-44)
المواد الإعلامية التي تحظى بتعليقات القراء

المواد الإعلامية	تكرار التعليقات	النسبة المئوية
التقارير الإخبارية	3914	٪50
الأخبار	1956	٪25
التحقيقات	964	٪12
المقالات	702	٪9
الحوارات	327	٪4
المجموع	**7863**	**٪100**

شكل (4-44) المواد الإعلامية التي تحظى بتعليقات القراء



أما فيما يتعلق بنسبة التعليقات إلى عدد المواد الإعلامية المنشورة في البوابات، فقد عادت التقارير الإخبارية لتحرز المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها 873.6٪ بين المواد الإعلامية الأخرى، في حين نالت التحقيقات الصحفية المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها 724.8٪ تلتها الحوارات الصحفية بنسبة مئوية قدرها 389.2٪، في حين نالت المقالات الصحفية مكانتها بنسبة مئوية قدرها 193.3٪ ثم جاءت الأخبار بنسبة مئوية قدرها 30.5٪ كما يظهر في جدول رقم (4-45).

وتجدر الإشارة إلى أن الباحثة لاحظت [109] في أثناء مدة الدراسة، أن المواد الإعلامية المنشورة ولاسيما التقارير الإخبارية والتحقيقات الصحفية والحوارات التي تتناول القضايا الاجتماعية والفنية والرياضية، تحظى بتعليقات وآراء القراء أكثر من الموضوعات الأخرى، وبخاصة إذا ما طُرِحَ الموضوع للمناقشة ودُعِيَ القراء للمشاركة في الرأي والتعليق وهذا السياق تتبعه بوابة محيط كما أشرنا سابقاً إذ تتبنى موضوعاً معيناً وتطرحه كقضية تهم الرأي العام.

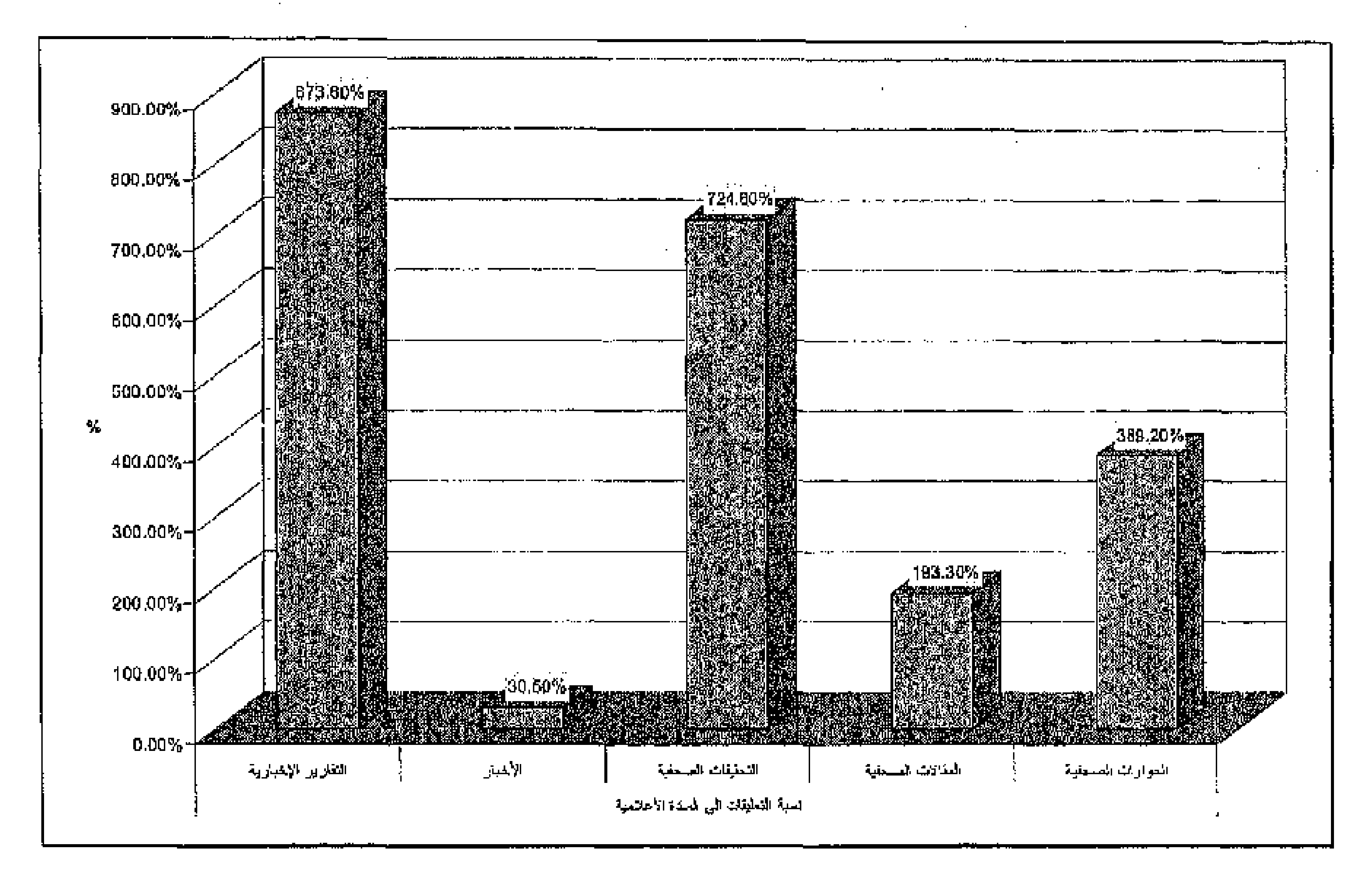
جدول رقم (4-45)

نسبة تعليقات وآراء القراء إلى المواد الإعلامية المنشورة

المواد الإعلامية	عدد المواد الإعلامية	عدد التعليقات والآراء	نسبة التعليقات إلى المادة الإعلامية
التقارير الإخبارية	448	3914	٪873.6
الأخبار	6408	1956	٪30.5
التحقيقات الصحفية	133	964	٪724.8
المقالات الصحفية	363	702	٪193.3
الحوارات الصحفية	84	327	٪389.2
المجموع	**7436**	**7863**	**٪105.7**



شكل (4-45) نسبة تعليقات وآراء القراء إلى المواد الإعلامية المنشورة



4- خصائص الأخبار:

(أ) تحديث الإخبار:

من أهم العوامل التي تساعد في إنجاز البوابات الإلكترونية هي مدى سرعة تحديث الأخبار والتقارير والمعلومات الموجودة في صفحاتها وأقسامها.

ومن الملاحظ بحسب الجدول رقم (4-46) أن البوابات للعينة المختارة يتم تحديث معلوماتها وأخبارها بشكل آني، مما أعطاها ميزة مضافة لمتابعة المُستَجَدات والتطورات للأحداث أولاً بأول، وهي بذلك تنافس ليس الصحافة الورقية فقط بل المحطات الفضائية أيضاً.

وفيما يخص تحديث المواد الصحفية في البوابات الإلكترونية المبحوثة، فإن هذه البوابات مجتمعة تقوم بتحديث مادتها بما في ذلك الأخبار التي تتراوح أوقات تحديثها ما بين دقائق معدودة أو عدد من الساعات، وهي ميزة تدل على أن البوابات في

حالة حركة وأنها متصلة (online) بقرائها على الدوام، وهي ميزة أتسمت بها الصحافة الإلكترونية الصرفة التي ليست طبعات ورقية.

وقد يتم تحديث مادتها تبعاً للمتغيرات المختلفة على مدار اليوم وتنشر الأخبار والصور الإخبارية والتقارير الإخبارية المرتكزة على ما نُشِرْ من تطورات للأحداث والأخبار، وتعتمد في ذلك على جهاز تحرير مستقل ومراسلين يمدون البوابة بالأخبار التي تُنشرْ في مواقعهم، أو خدمات وكالات الأنباء العالمية والعربية او على ما تنشره الصحف العالمية والعربية، أو باستخدام نظم جلب الأخبار الآنية بمزيج من الوسائل المختلفة المذكورة.
ورصت الباحثة أسلوبين لتحديث المحتوى الإخباري وتحقيق الفورية (Immediacy) في البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- وهما تأريخ التحديث بالساعة والدقيقة وخدمة الخبر العاجل، والذي يرد على هيئة عنوان يمكن عرضه فور وقوع الحدث ويكون حجم النص فيه في حدود 10 إلى 15 كلمة، ويتم بثه مباشرة، ريثما يتم إعداد المادة الإخبارية الأساسية للحدث نفسه.

ولتصنيف التحديث بأنه فوري اعتمدت الدراسة على التحديث بالتأريخ بالساعة والدقيقة ولتحديد معدل زمن التحديث ومعدلات عدد الأخبار المُحَدَثة وعدد مرات التحديث، عَمَدتْ الباحثة إلى رصد ومتابعة دقيقة ومستمرة لساعات بث الأخبار لاسيما بوابة نسيج التي تشير فقط إلى التأريخ الذي يوضح مدى فورية المحتوى الإخباري، في حين كانت بوابتا محيط والبوابة تشيران إلى التأريخ بالساعة والدقيقة والذي يوضح مدى فورية تحديث المحتوى الإخباري.

وفي الخطوة الثانية قامت الباحثة باسترجاع الأخبار وحفظها وطباعتها في أثناء العينة الزمنية للدراسة للوقوف على ساعة بث الأخبار، لذا قامت في الخطوة التالية بإعداد قائمة لتسجيل التأريخ بالساعة والدقيقة لنشر الأخبار وبثها لاحتساب الفاصل الزمني بين الأخبار وتسجيل عدد الأخبار المُحَدَثة بين فاصل وآخر.

أما في الخطوة التي تلتها فعمدت إلى استخراج معدل الوقت المتطلب للتحديث

وكذلك معدل الأخبار المُحَدَثة ومن ثمّ عدد مرات التحديث في أثناء العينة الزمنية للدراسة للبوابات الإلكترونية المبحوثة كلاً على حدة.

وتظهر نتائج التحليل والرصد والملاحظة، وبحسب الجدول رقم (4-46) تفوق بوابة محيط في معدل الوقت المتطلب للتحديث بالدقيقة، إذ بلغ (9) دقائق وبنسبة مئوية 3٪ من مجموع معدل الوقت المتطلب للتحديث في البوابات مجتمعة، وكان معدل الأخبار المحدثة (1.01) وبنسبة مئوية 7.8٪ أي بمعنى أن معدل ما تبثه محيط هو خبر واحد بفاصل زمني قدره (9) دقائق وبذلك تكون قد تقدمت محيط على نظيرتيها نسيج والبوابة في درجة التحديث وقيم التحديث والمعدل الزمني للتحديث فقد حققت بوابة البوابة وكما هو واضح في الجدول ذاته (15.22) معدل الوقت المتطلب للتحديث وبنسبة مئوية 5.2٪ وبمعدل 1.03 خبر كمعدل لعدد الأخبار المُحَدَثة وبنسبة مئوية 8.1٪ ويتضح من ذلك أن البوابة يفصلها فارق ضئيل عن ما حققته بوابة محيط في التحديث المستمر للأخبار والموضوعات التي تقدمها إلا انه كان هناك فارق في عدد مرات التحديث التي بلغت معدلاً قدره (2780) تكراراً في بوابة محيط مقابل 1635 تكراراً في بوابة البوابة، كما يلاحظ[110] أن الأخبار في صفحات بوابة البوابة باللغة الإنكليزية تُحَدّث أحياناً قبل أخبارها في الصفحات باللغة العربية أو العكس.

ويظهر في ضوء ما سبق أن كلاً من بوابة محيط والبوابة تعتمدان دورية التحديث قصيرة الزمن، في حين يبين الجدول أن بوابة نسيج حققت معدل 268.61 كمعدل للوقت المتطلب للتحديث وبنسبة مئوية أعلى من البوابتين الأخريين قدرها (91.8٪) ليكون معدل الأخبار المُحَدَثة (10.76) خبراً وبنسبة مئوية قدرها 84.1٪، وهو يشير اعتماد بوابة نسيج الفاصل الزمني الطويل لتحديث الأخبار، وتجدر الإشارة إلى ما يميز بوابة نسيج وعلى الرغم من أن دورية التحديث فيها طويلة الزمن وانخفاض عدد مرات التحديث فيها قياساً إلى بوابتي محيط والبوابة، إذ بلغ (176) تكراراً، إلا أن عدد الأخبار المُحدَثة في أثناء دورية التحديث قد تصل أحياناً إلى (47) خبراً في الدورة الواحدة[111].

ولاحظت الباحثة[112] أن البوابات المبحوثة تقدم خدمة التحديث الفوري للمعلومات تبعاً لتطورات الأحداث، لاسيما عن طريق ما تبثه في شريط الخبر العاجل، واتضح أيضاً انه لا يتم الاعتماد على توقيتات محددة في نشر الأخبار بطريقة آنية إنما حسب تجدُد الأحداث، كمعايير تُعْتَمَد في تحديث الأخبار فضلاً عن المعايير الأخرى والتي أشار إليها المشرفون على البوابات إذ يقول السيد رئيس تحرير البوابة[113]: إن المعايير التي تُعتمدْ في تحديث المادة الإخبارية أو الصحفية بشكل عام هي ذات المعايير التي نستخدمها عند تحديد القيمة الإخبارية للمعلومة، مع مراعاة التعامل مع المعلومات من المصادر ذات المصداقية.

وتتصدر الجدة والحداثة، القيم الإخبارية التي تسعى بوابة البوابة إلى إبرازها، وهو أمر لابد منه لصحافة الإنترنت التي عُرِفَ عنها سرعتها في نقل الأحداث وتغطيتها وبخاصة ما يُستَجَد منها، يلي ذلك الاهتمام بالقضايا التي تحظى بأوسع متابعة في المنطقة، كقضيتي العراق وفلسطين وغيرهما.

ويضيف أيضاً: وفي الدرجة الثانية تأتي مسالة القرب، إذ تسعى إلى تقديم الأخبار ذات الصلة بالأفراد في مجتمعاتهم الأضيق، ولأجل ذلك جرى إفراد مواقع وأبواب خاصة لدول المنطقة تتضمن أخبارها وتطورات الأحداث فيها.

وهناك قيم إخبارية أخرى، لكنها أقل مرتبة في اهتمام بوابة البوابة، ومنها ما هو متصل بتعريف المُستَخْدِم بالمُستَجَدَات على الصعيد العالمي مع الحرص على إبراز الأوجه التي نرتبط عن طريقها بعالمنا، وبهدف خلق صلة بين المُتلقي والمعلومة التي يجري تقديمها إليه.

وقد يبدو واضحاً أن المشرفين في بوابة البوابة حريصون على ربط القيم الإخبارية كمعايير تُعْتَمَد في تحديث المادة الإخبارية والمعلوماتية وتُشَكّلُ الآنية عنصراً مهما كقيمة إخبارية تعتمد معياراً لتحديث الأخبار.

وهي ذات المعايير التي تعتمدها بوابة نسيج في تحديث أخبارها، مع تأكيد رئيس تحريرها[114] على الحداثة كمعيار للتحديث على مدار الأربع والعشرين ساعة،

بمعنى انه في حال وجود أي معلومة جديدة يجب أن يتم نشرها على الموقع فوراً.

وأضاف: «إن هناك خطة تغطية شاملة نعمل عليها حالياً، وهي تستلزم توفير مزيد من الكوادر والإمكانيات كما أن المصداقية معيار آخر نعتمده إذ تحرص بوابة نسيج على التأكد من صدق المعلومات وسلامتها قبل نشرها كما نلتزم الحيادية في نشر الموضوعات الإخبارية، فضلاً عن التركيز على الأخبار الجادة وشمولية التغطية مع تركيزها على الأهمية للمحيط المحلي (السعودي) والعربي والإقليمي».

وهي المعايير ذاتها أيضاً التي أشار إليها رئيس تحرير محيط[115] سواء على مستوى تحديث الأخبار أو كقيم إخبارية تحرص بوابة محيط على إبرازها في الموضوعات الإخبارية، إذ تشكل السرعة والآنية والحداثة والدقة والمصداقية فضلاً عن التناول الصح أبرز المعايير المعتمدة في تحديث المادة الإخبارية وأهميتها بالنسبة للمحيط المحلي والعربي والعالمي على حد قوله.

ويمكن القول: إن بوابة محيط حققت عنصر الفورية والتجديد المستمر للأخبار والموضوعات التي تقدمها بمعدلات متقدمة كما هو واضح في الجدول نفسه وتجدر الإشارة إلى أن التحديث لم يقتصر على النصوص الإخبارية وإنما شمل الصور الإخبارية المتعلقة بالحدث أو تطوراته في البوابات مجتمعة[116]، كما تدل نتائج التحليل إلى أن البوابات تحرص على تجديد مادتها الإخبارية بصورة يومية.

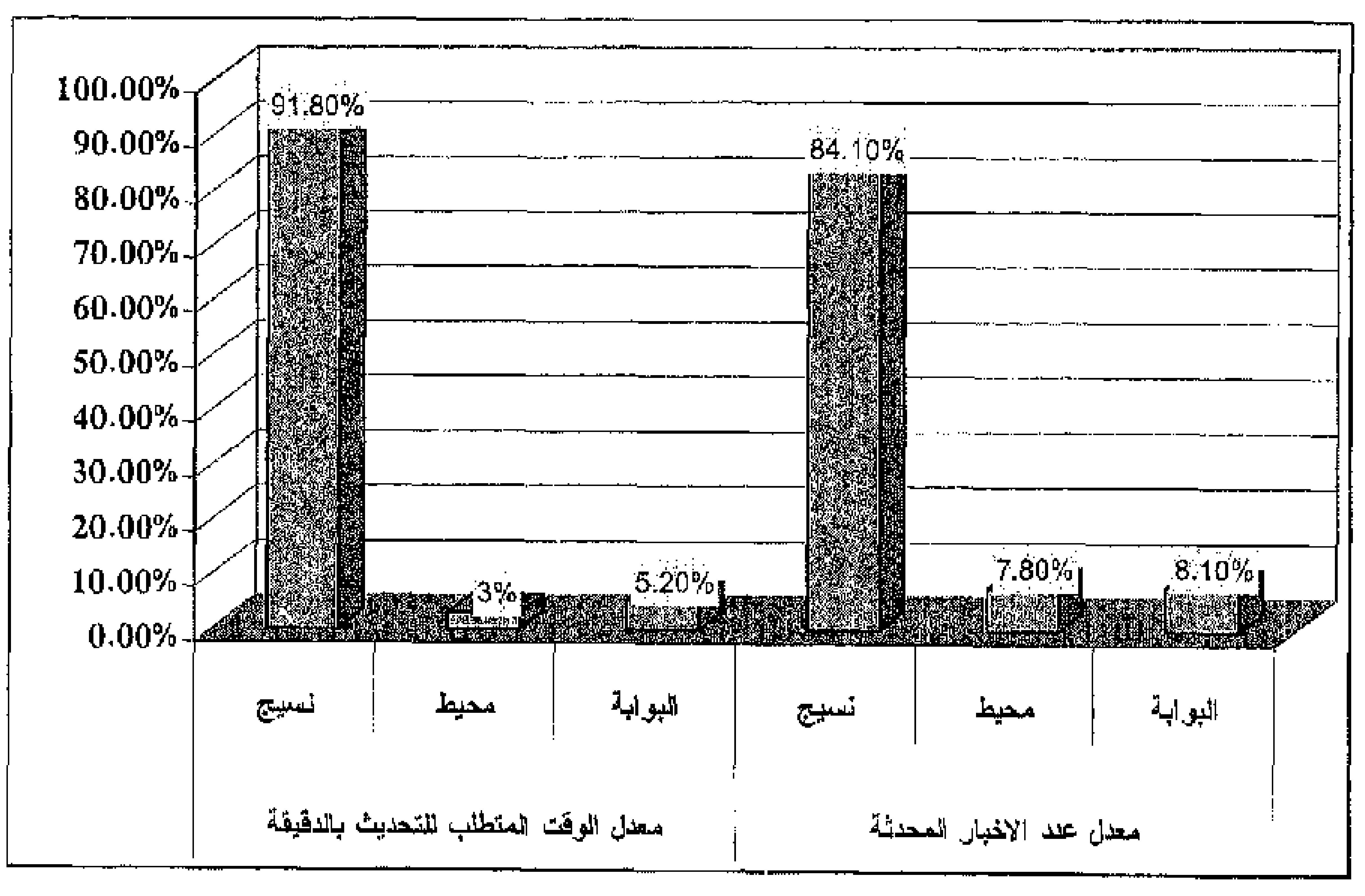
وتقترب هذه النتيجة من نتائج دراسة (نُشِرَت العام 2003)[117] وسجلت أن أكثر من 76٪ من الصحف العربية في الإنترنت كانت تقوم بتحديث مادتها -بما في ذلك الأخبار- بعد مرور 24 ساعة وأشارت دراسة[118] أخرى أن نصف الصحف الإلكترونية الأمريكية كانت تقوم بتحديث محتواها الإخباري أكثر من مرة يومياً.

إلا أنها تفترق عن ما توصلت إليه دراسة (مها عبد المجيد) [119] التي أشارت إلى أن المحتوى المعروض في معظم المواقع الإلكترونية جاء مجرد تكرار للمادة المطبوعة، وحاولت قلة قليلة جداً من الصحف العربية على الانترنت أن تلتزم بتحديث مادتها الإخبارية يومياً.

جدول رقم (4-46)
تحديث الأخبار في كل بوابة

اسم البوابة	عدد مرات التحديث	عدد الأخبار	معدل الوقت المتطلب للتحديث بالدقيقة		معدل عدد الأخبار المحدثة	
			التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	176	1894	268.61	٪91.8	10.76	٪84.1
محيط	2780	2822	9	٪3	1.01	٪7.8
البوابة	1635	1692	15.22	٪5.2	1.03	٪8.1
المجموع	**4591**	**6408**	**292.32**	**٪100**	**12.8**	**٪100**

شكل (4-46) تحديث الأخبار في كل بوابة



ومن جهة أخرى فإن نتيجة الجدول رقم (4-46) تشير إلى أن البوابات الإلكترونية تجاوزت تلك التفسيرات ولم تعدْ تكتفي بتحديث مضمونها الإخباري يومياً إنما لأكثر من مرة في اليوم الواحد وبمعدلات زمنية اتصفت بالفورية والسرعة في إضافة الأخبار.

(ب) الآنية في بث الأخبار:

أما عن تحديد الآنية في نشر الأخبار، فقد أفادت الدراسة من بيانات ونتائج الجدول رقم (4-46)، إذ اعتمدت على عدد مرات التحديث ومعدل عدد الأخبار المُحَدَثة.

ويوضح الجدول رقم (4-47) تحقيق بوابة محيط أعلى معدل في عدد مرات التحديث إذ بلغت 2780 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 60.5٪، وهي نسبة عالية جداً يمكن القول: أن بوابة محيط حققت المرتبة الأولى في عنصر الفورية ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة، وتأتي بوابة البوابة بالمرتبة الثانية بعد أن حازت على 1635 تكراراً في عدد مرات التحديث وبنسبة مئوية 35.7٪ تليها بوابة نسيج بمعدل 176 تكراراً يمثل عدد مرات التحديث وبنسبة مئوية قدرها 3.8٪ وهي نسبة ضئيلة قياساً إلى بوابتي محيط والبوابة.

وتُفَسِرُ البيانات السابقة أن البوابة التي كان حضورها أفضل في الآنية هي التي ُتشيرُ إلى تحديث مضمونها الإخباري عن طريق التأريخ بالساعة والدقيقة.

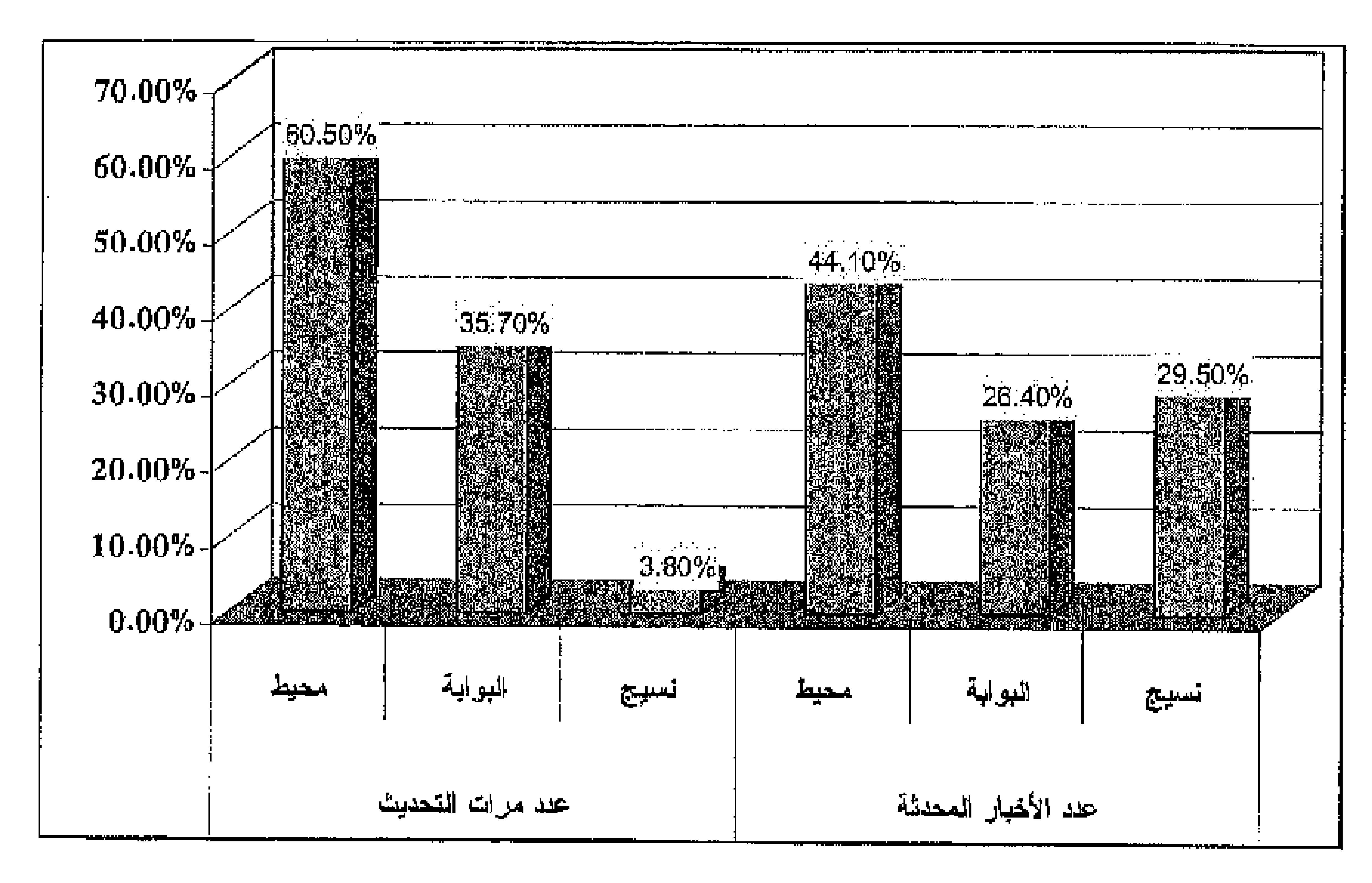
وتجدر الإشارة إلى أن الأخبار الآنية كانت تشمل جميع الموضوعات السياسية منها والاقتصادية والرياضية والفنية والاجتماعية وحسب تطورات الأحداث على مستوى الموضوعات المذكورة في البوابات الإلكترونية –عينة الدراسة– مجتمعة[120].

ويمكن تفسير النتائج التفصيلية السابقة في الجدولين (4-46) و(4-47) بالآتي:
برزت الآنية كواحدة من أهم مميزات البوابات الإلكترونية – عينة الدراسة – والتي تعني القدرة على تقديم المعلومة والخبر بشكل فوري، وخاصية الآنية هذه لا يمكن الإفادة منها بشكل كامل إلا بإتباع آلية واضحة لتحديث المحتوى الإخباري بسرعة دون التقيد بوقت معين لأن جمهور الإنترنت عالمي يتوزع على مختلف المواقيت والبلدان.

جدول رقم (4-47)
الآنية في بث الأخبار

اسم البوابة	عدد مرات التحديث	النسبة المئوية	عدد الأخبار المحدثة	النسبة المئوية	التسلسل المرتبي
محيط	2780	60.5٪	2822	44.1٪	1
البوابة	1635	35.7٪	1692	26.4٪	2
نسيج	176	3.8٪	1894	29.5٪	3
مجموع	**4591**	**100٪**	**6408**	**100٪**	

شكل (4-47) الآنية في بث الأخبار



(ج) **مدة بقاء الأخبار في البوابات:**

أتاح تطور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) للناشرين الصحفيين بالتحول من نماذج الصحف التقليدية في تقديم الأخبار إلى تقديم منتجات إخبارية أكثر مرونة تكون بمثابة مصدر للمعلومات ومجالاً أكبر يمكن لمستخدمي البوابة الإطلاع على الأخبار ومتابعة الأحداث والتطورات سواء عن طريق الشريط الإخباري أو الصفحة الرئيسة والصفحات الأخرى للبوابة دون الحاجة للرجوع إلى أرشيف البوابة.

ولتفسير ذلك تشير نتائج التحليل في الجدول رقم (4-48) إلى أن معدل الأخبار في بوابة محيط التي تُتيحُ للقارئ قراءتها والتي تستغرق مدة بقائها في العرض ساعة أو أكثر بلغت 89 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 68٪ وتأتي بعدها في الترتيب بوابة نسيج إذ بلغ معدل الأخبار التي تبقى ساعة 42 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 32٪ من إجمالي معدل تكرار الأخبار فيها البالغ 1894 تكراراً أما بوابة البوابة فلم تحقق أية نسبة تذكر.

أما فيما يتعلق بالأخبار التي تبقى يوماً أو أكثر لاسيما تلك التي تُنشرُ في الصفحات المتخصصة فقد أحرزت بوابة محيط المرتبة الأولى بمعدل 48 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 44.4٪ تلتها في المرتبة الثانية بوابة نسيج بمعدل 61 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 32.3٪ وأخيراً بوابة البوابة بمعدل 44 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 23.3٪.

أما الأخبار التي تبقى أسبوعاً أو أكثر والتي تعرض غالباً في الصفحات المتخصصة أو عند الانتقال إلى (المزيد) من الأخبار في حالة رغب القارئ بالإطلاع عليها، فقد حققت بوابة نسيج المرتبة الأولى بمعدل بلغ 264 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 39.4٪ وجاءت بوابة البوابة في المرتبة الثانية بمعدل 229 تكراراً وبنسبة مئوية 34.3٪ تلتها في المرتبة الثالثة بوابة محيط بمعدل 176 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 26.3٪.

هناك بعض الأخبار تبقى شهراً في الصفحات المتخصصة أو عند طلب الإطلاع على المزيد من الإخبار من قبل القارئ فبضغطة على رابط (المزيد) يمكنه أيضاً قراءة ما يرغب من هذه الأخبار.

وقد حققت بوابة محيط المرتبة الأولى في تصنيف الأخبار التي تبقى مدة شهر بمعدل بلغ 532 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 45.4٪ ثم حازت بوابة نسيج المرتبة الثانية بمعدل 453 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 38.6٪، ثم بوابة البوابة نالت 188 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 16.1٪.

أما الأخبار التي تبقى أكثر من شهر والتي يُتاح للقارئ العودة إليها دون الحاجة للبحث في أرشيف البوابة فقد حققت بوابة محيط معدلاً بلغ 1941 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 45.8٪ لتحرز المرتبة الأولى ونالت بوابة البوابة المرتبة الثانية بعد إحرازها معدلا بلغ 1231 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 28.9٪ وأخيراً جاءت بوابة نسيج بمعدل بلغ 1074 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 25.3٪.

وتوضح نتائج الجدول المذكور أعلاه أن البوابات الإلكترونية –عينة الدراسة– أتاحت للقارئ فرصة الإطلاع ومعاودة قراءة الأخبار في أثناء مدة زمنية متعددة قد تساعده على الإلمام بالكثير من الأحداث والتطورات والقضايا المطروحة في المحتوى الإخباري والمعلوماتي في البوابات، فضلاً عن ذلك فهو يؤكد أن الخبر في بوابات الإنترنت لا يموت. كما أن تكرار الخبر قد يدل على أهميته.

يتضح من جدول رقم (4-49) مدة بقاء الأخبار في البوابات منفردة، إذ بلغ بقاء الأخبار لمدة ساعة أو أكثر في بوابة نسيج نسبة مئوية قدرها 2.2٪ تقابلها في بوابة محيط بنسبة مئوية قدرها 3.2٪، أما بوابة البوابة فلم تسجل نسبة تذكر.

وحققت بوابة نسيج نسبة مئوية قدرها 3.3٪ فيما يتعلق بالأخبار التي تبقى يوم أو أكثر في مقابل 2.9٪ في بوابة محيط و2.5٪ في بوابة البوابة.

جدول رقم (4-48)
مدة بقاء الأخبار في البوابات

عدد الأخبار / اسم البوابة	ساعة		يوم		أسبوع		شهر		أكثر من شهر		المجموع
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
نسيج	42	٪32	61	٪32.3	264	٪39.4	453	٪38.6	1074	٪25.3	1894
محيط	89	٪68	84	٪44.4	176	٪26.3	532	٪45.4	1941	٪45.8	2822
البوابة	–	-	44	٪23.3	229	٪34.3	188	٪16.1	1231	٪28.9	1692
المجموع	**131**	**٪100**	**189**	**٪100**	**669**	**٪100**	**1173**	**٪100**	**4246**	**٪100**	**6408**

شكل (4-48) مدة بقاء الأخبار في البوابات

جدول رقم (9-49)

مدة بقاء الأخبار في كل بوابة منفردة

عدد الأخبار / اسم البوابة	ساعة		يوم		أسبوع		شهر		أكثر من شهر		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	42	٪2.2	61	٪3.3	264	٪13.9	453	٪23.9	1074	٪56.7	1894	٪100
محيط	89	٪3.2	84	٪2.9	176	٪6.3	532	٪18.9	1941	٪68.7	2822	٪100
البوابة	-	-	44	٪2.7	229	٪13.5	188	٪11.1	1231	٪72.7	1692	٪100
المجموع	**131**		**189**		**669**		**1173**		**4246**		**6408**	

شكل (4-49) مدة بقاء الأخبار في كل بوابة منفردة

80.00%
70.00%
60.00%
50.00%
40.00%
30.00%
20.00%
10.00%
0.00%

2.20% 3.20% 0% 3.30% 2.90% 2.70% 13.90% 6.30% 13.50% 23.90% 18.90% 11.10% 56.70% 68.70% 72.70%

نسيج محيط البوابة نسيج محيط البوابة نسيج محيط البوابة نسيج محيط البوابة نسيج محيط البوابة

ساعة يوم اسبوع شهر اكثر من شهر

أما مدة بقاء الأخبار أسبوعاً أو أكثر فقد حققت فيها بوابة نسيج النسبة الأعلى أيضاً وقدرها 13.9٪ تليها بوابة البوابة بنسبة مئوية 13.5٪ ثم بوابة محيط بنسبة مئوية قدرها 6.3٪ وحققت بوابة نسيج أيضاً أعلى نسبة في مدة بقاء الأخبار لمدة شهر وقدرها 23.9٪ في حين جاءت بوابة محيط بنسبة مئوية قدرها 18.9٪ ثم بوابة البوابة بنسبة مئوية قدرها 11.1٪.

وحازت بوابة البوابة نسبة مئوية قدرها 72.7٪ في مدة بقاء الأخبار لمدة أكثر من شهر من إجمالي الأخبار فيها مقابل نسبة مئوية قدرها 68.7٪ في بوابة محيط وأخيراً بوابة نسيج بنسبة مئوية قدرها 56.7٪.

وبذلك تباينت معدلات نسب مدة بقاء الأخبار في بوابات الدراسة والتي أشارت إليها بيانات الجدولين (4-48) و(4-49).

(د) الأخبار ذات الصلة أو العلاقة بموضوع الخبر أو الحدث:

إن البُعْد المتعلق بالإبحار في تصميم مواقع الويب ينبع من الإبحار عبر النص الفائق، إلا أن البوابات المبحوثة أتاحت للقارئ الإبحار في الموقع للبحث عن المعلومات أو الإخبار التفصيلية، باستخدام روابط متعددة المستويات تحيل القارئ إلى موضوعات داخل صفحات أخرى من الموقع لإعطاء القارئ معلومات إضافية عن الموضوع الذي قرأه ذات علاقة بالموضوعات أو الأخبار والتقارير الإخبارية التي تعرضها البوابة، والتي قد تتجاوز أكثر من خمسين خبراً أو موضوعاً.

ولتفسير ذلك يوضح الجدول رقم (4-50) أن بوابة محيط حازت على المرتبة الأولى في الأخبار ذات العلاقة بالخبر المنشور والذي بلغ 36686 تكراراً وبنسبة مئوية 91.8٪.

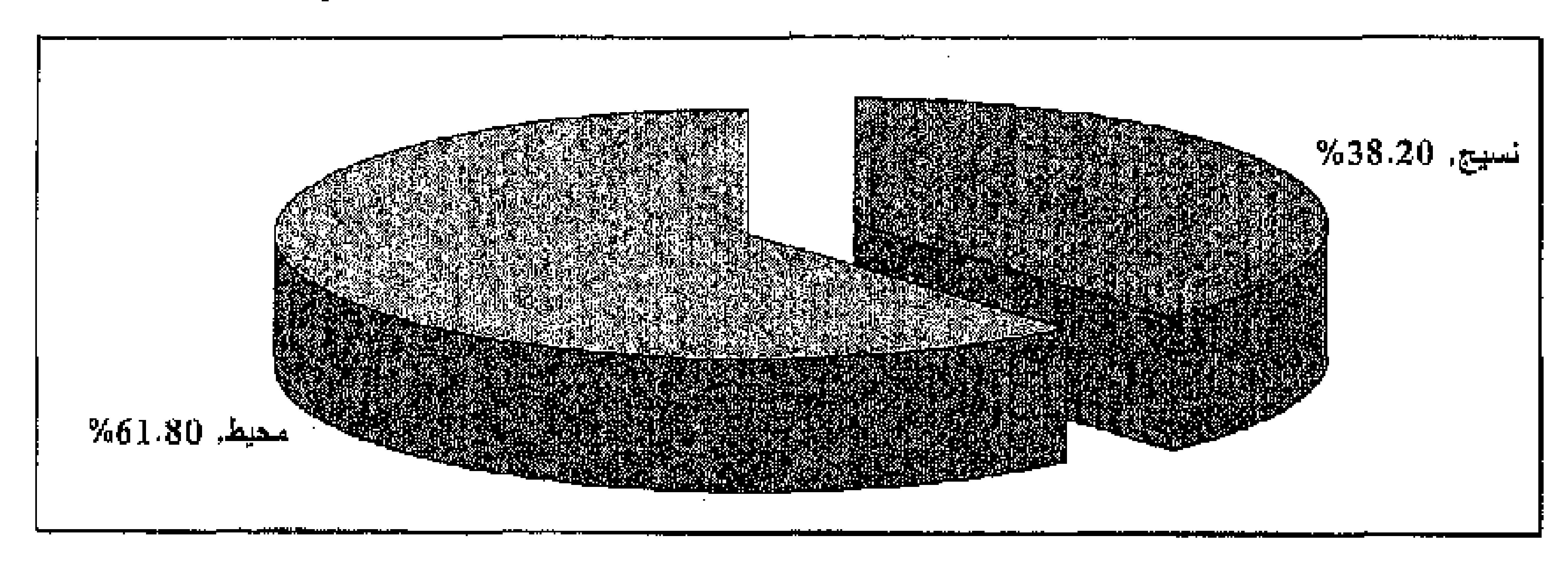
وجاءت بوابة نسيج في المرتبة الثانية بمعدل بلغ 22728 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 38.2٪.

ويُلاحظ[121] أن بوابة البوابة لم تحقق أية نسبة تذكر مما يشير إلى عدم استخدامها هذا النوع من الروابط أو الوصلات للانتقال إلى قصص خبرية أخرى تدور حول موضوعات ذات صلة، فكل ما تقدمه أحياناً وفي بعض الأخبار سرد تفاصيل وخلفية عن الحدث أو الخبر الذي قامت بنشره.

جدول رقم (4-50)
الأخبار ذات الصلة أو العلاقة بموضوع الخبر أو الحدث

اسم البوابة	عدد الأخبار ذات العلاقة	النسبة المئوية
نسيج	22728	٪38.2
محيط	36686	٪61.8
المجموع	**59414**	**٪100**

شكل (4-50) الأخبار ذات الصلة أو العلاقة بموضوع الخبر



ويمكن تصنيف موضوعات الأخبار ذات الصلة أو العلاقة بالخبر المنشور إلى موضوعات تعرض خلفية عن معلومات وتفاصيل الحدث ويبين الجدول رقم (4-51) أن بوابة محيط نالت معدلاً بلغ 35739 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 61.5٪ من إجمالي الموضوعات المذكورة مقابل 22462 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 38.5٪ حازت عليها بوابة نسيج، أما التصنيف الآخر وهو موضوعات تعرض خلفية عن الشخصيات

المشاركة في الحدث، وبحسب الجدول أعلاه فإن بوابة محيط عادت لتحتل المرتبة الأولى بمعدل 947 وبنسبة أعلى من بوابة نسيج بلغت 78.1٪، يقابلها معدل 266 تكراراً وبنسبة مئوية 21.9٪ في بوابة نسيج.

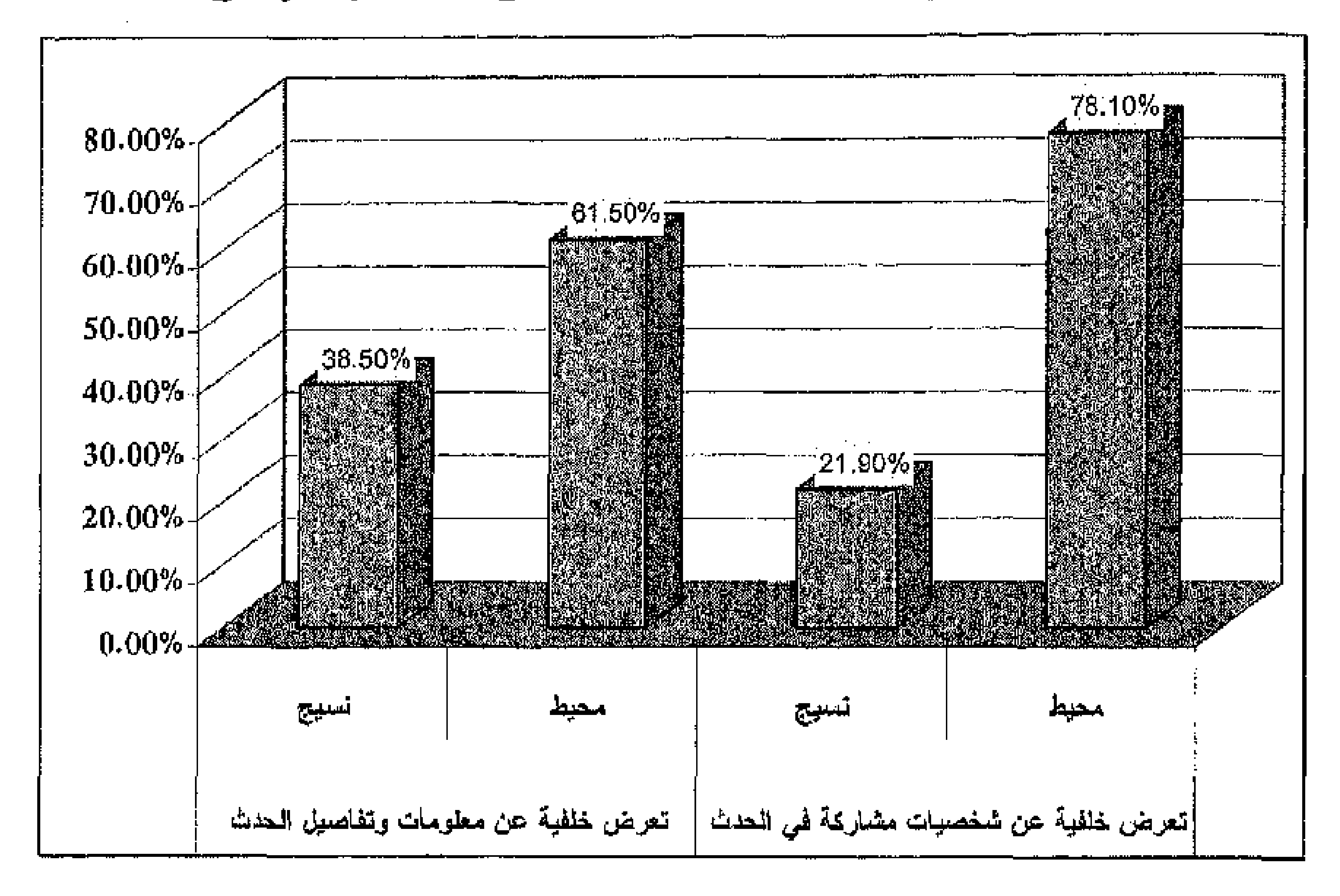
ويمكن القول: وفي ضوء العرض السابق لنتائج الجدولين (4-50) و(4-51) وعلى الرغم من الكم الهائل من المعلومات والأخبار التي توفر خلفية عن الأحداث والموضوعات التي تدعم الموضوع وتثري معلومات القارئ عنه، إلا أن استخدام الروابط المباشرة (النصوص الفائقة) يؤدي للوصول إلى المعلومات المطلوبة بصورة أسرع من استخدام روابط غير مباشرة (مستوى أول- ثاني وهكذا..) أو روابط من عدة مستويات.

إذ التحرير الالكتروني يعتمد على الاختصار والدقة والسرعة فضلاً عن القدرة على استخدام مزايا الكتابة الرقمية مثل صنع الوصلات Links إلا أن استخدام الاختصار والربط الرقمي التشعبي على طريقة النصوص الفائقة للترابط في الكتابة الإلكترونية يحقق السرعة المطلوبة، فإلى جانب ثراء المضمون يجب أن تحرص البوابات الإلكترونية على وقت القارئ أو المتصفح، وأن يوضحوا للقارئ بدقة نهاية كل مقطع من المعلومات، كأن يضعوا رمزاً معينا لقيادة القارئ للدليل على نهاية المقال وأن يحددوا بدقة أيضاً حجم المعلومات المتبقية على نهاية المقال.

جدول رقم (4-51)
موضوعات الأخبار ذات الصلة أو العلاقة بالخبر أو الحدث

اسم البوابة	تعرض خلفية عن معلومات وتفاصيل الحدث		تعرض خلفية عن شخصيات مشاركة في الحدث	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	22462	٪38.5	266	٪21.9
محيط	35739	٪61.5	947	٪78.1
المجموع	**58201**	**٪100**	**1213**	**٪100**

شكل (4-51) موضوعات الأخبار ذات الصلة أو العلاقة بالخبر أو الحدث



5- الشكل الفني لكتابة المحتوى الإخباري:

تبين من الجدول رقم (4-52) أن الشكل الفني لكتابة الأخبار توزع ما بين كتابة العنوان الرئيس مع ملخص قصير والتكملة في ملف آخر بنسبة 68.7٪ وبخاصة أخبار الرياضة والمرأة في بوابة البوابة إذ جاءت بالمرتبة الأولى وتلتها بوابة نسيج بنسبة 31.3٪ إذ اعتمدت ذلك في كتابة الأخبار في أقسام (الإسلامية، الرياضية، وأخبار المرأة) كما هو في بوابة نسيج [122]، في حين يلاحظ أن بوابة محيط لا تعتمد كتابة المحتوى الإخباري وفق الشكل الفني المذكور، وكذلك تمت كتابة الأخبار وفق شكل العنوان الرئيس ومقدمة مختصرة وحققت بوابة محيط نسبة 42.9٪ في اعتمادها هذا الشكل الفني وتلتها بوابة البوابة بنسبة 38.2٪، أما بوابة نسيج فقد أحرزت نسبة 18.9٪، ولاحظت الباحثة أن كتابة الأخبار وفق هذا الشكل في جميع البوابات -موضوعة الدراسة- اعتمدت في كتابة الأخبار في الصفحة الرئيسة والصفحات الأخرى ولمختلف الأخبار ولجميع الموضوعات.

وحققت البوابات الالكترونية - عينة الدراسة - اهتماماً يبدو متقارباً فيما يتعلق بعرض العناوين الرئيسة للأخبار لا سيما في صفحاتها الرئيسة، فقد نالت بوابة البوابة المرتبة الأولى بمعدل بلغ 1030 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 36٪ ثم تلتها بوابة محيط بمعدل بلغ 957 تكرارا

كما حرصت البوابات - موضوعة الدراسة - على إخراج الأخبار بشكل النص المتحرك لأهم الأخبار لكن بتفاوت واضح، إذ أن بوابة محيط احتلت المرتبة الأولى بنسبة 64.6٪ أي ما يعادل أكثر من نصف ما تبثه بوابة نسيج والبوابة اللتان جاءتا بترتيب 29.7٪ و 5.7٪ على التوالي. إذ لاحظت الدراسة أن بوابة البوابة لم تولِ الشريط الإخباري الأهمية ذاتها، ولا يتم تحديث أخباره سوى مرة واحدة على مدى 24 ساعة في اليوم الواحد. خلافاً لبوابة المحيط، وتليها في نسبة الاهتمام بتحديث أخبار الشريط المتحرك بوابة نسيج [123].

تنفرد بوابة نسيج في عرض المحتوى الإخباري عن طريق عنوان خبر في صورة وبنسبة 100٪ إذ تتيح للقارئ الإطلاع على تفاصيل وعنوان الخبر بمجرد ضغطه على الفأرة كما يمكن للقارئ قراءة أرشيف خبر في صورة لإصدارات البوابة السابقة.

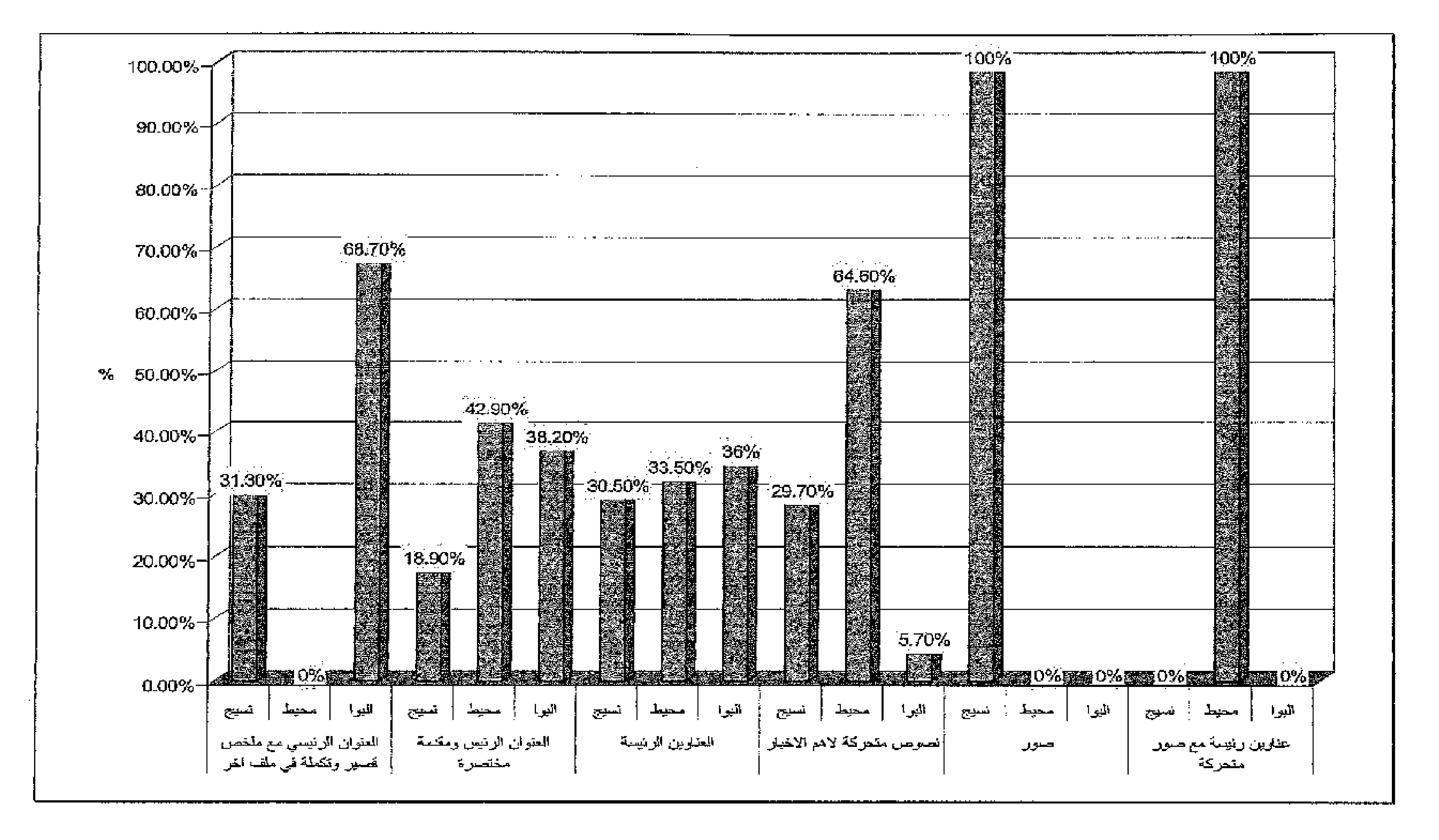
ويتضح هذا الإنفراد لبوابة محيط بتحقيقها نسبة 100٪ في عرض العنوان الرئيس للخبر مصحوباً بصور متحركة ذات حجم كبير، مما يعكس اهتمام بوابة محيط باستخدامها إمكانية تكنولوجيا الإنترنيت في كتابة الأخبار وان كانت بحدود ضيقة وقد أجاب السيد عامر عبد المنعم[124] رئيس تحرير بوابة محيط عن ذلك عند سؤالنا عن أسباب اقتصارها على الصور المتحركة في استخدام الوسائط المتعددة في مصاحبة صياغة وإخراج المحتوى الإخباري وعرضه، بقوله: (إنهم يدرسون إمكانية ذلك في التطوير القادم للموقع).

جدول رقم (4-52)

الشكل الفني لكتابة المحتوى الإخباري

اسم البوابة	العنوان الرئيس مع ملخص قصير وتكملة في ملف اخر		العنوان الرئيس ومقدمة مختصرة		العناوين الرئيسة		نصوص متحركة لأهم الأخبار		صور		عناوين رئيسة مع صور متحركة		المجموع
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
نسيج	152	٪31.3	92	٪18.9	870	٪30.5	750	٪29.7	30	٪100	-	-	1894
محيط	-	-	209	٪42.9	957	٪33.5	1631	٪64.6	-		25	٪100	2822
البوابة	333	٪68.7	186	٪38.2	1030	٪36	143	٪5.7	-		0	-	1692
المجموع	**485**	**٪100**	**487**	**٪100**	**2857**		**2524**	**٪100**	**30**	**٪100**	**%100**	**25**	**6408**

شكل (52-4) الشكل الفني لكتابة المحتوى الإخباري

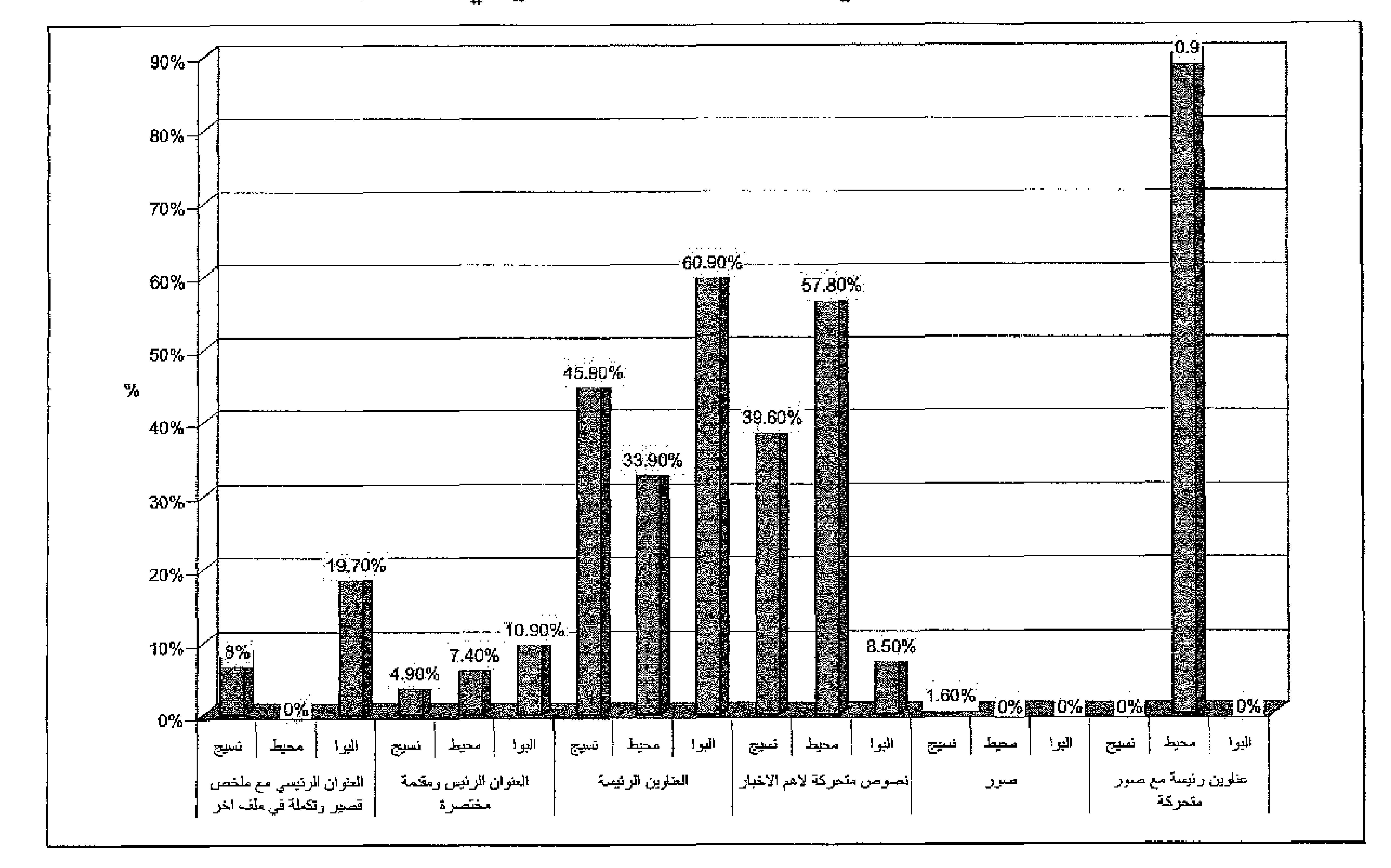


جدول رقم (4-53)

الشكل الفني لكتابة المحتوى الإخباري في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	العنوان الرئيسي مع ملخص قصير والتكملة في ملف آخر		العنوان الرئيسي ومقدمة مختصرة		العناوين الرئيسية		نصوص متحركة لأهم الأخبار		صور		عناوين رئيسية مع صور متحركة		مجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	152	٪8	92	٪4.9	870	٪045.9	750	٪039.6	30	٪1.6	-	٪	1894	٪100
محيط	-	٪	209	٪7.4	957	٪33.9	1631	٪57.8	-	٪	25	0.9	2822	٪100
البوابة	333	٪19.7	186	٪10.9	1030	٪60.9	143	٪8.5	-	٪	-	٪	1692	٪100
المجموع	**485**	٪	**487**	٪	**2857**	٪	**2524**	٪	**30**	٪	**25**	٪	**6408**	

شكل (53-4) الشكل الفني لكتابة المحتوى الإخباري في كل بوابة منفردة



يوضح الجدول رقم (4-53) الشكل الفني لكتابة المحتوى الإخباري قياساً إلى عدد الأخبار المنشورة في كل بوابة منفردة للوقوف على مستويات الاهتمام التي توليها البوابات - موضوعة الدراسة - داخل البوابة نفسها، إذ يشير الجدول إلى أن 45.9٪ من حجم الأخبار في بوابة نسيج تعرض عناوين رئيسة تلتها نصوص متحركة لأهم الأخبار بنسبة 39.6٪ في حين جاء العنوان الرئيس مع ملخص قصير والتكملة في ملف آخر بنسبة 8٪ ثم 4.9٪ العنوان الرئيس ومقدمة مختصرة ويأتي في الترتيب ذاته خبر في صورة بنسبة 1.6٪.

أما بوابة محيط فكان النص المتحرك لأهم الأخبار يحتل 57.8٪ من معدلات الشكل الفني لكتابة المحتوى الإخباري تلته في الأهمية العناوين الرئيسة بنسبة 33.9٪ أما العنوان الرئيس ومقدمة مختصرة فحقق نسبة 7.4٪ والأقل ترتيب عناوين رئيسة مع صورة متحركة بنسبة 0.9٪ ويبدو واضحاً أن السبب في ذلك قد يعود لأن استخدام الصور المتحركة يؤدي إلى بطء في تحميل الموقع ومن ثمّ صعوبة التصفح بالنسبة للقارئ.

ويشير تحليل النتائج إلى أن 60.9٪ من مجموع المحتوى الإخباري في بوابة البوابة يُعرض بشكل عناوين رئيسة و 19.7٪ عنواناً رئيساً مع ملخص قصير والتكملة في ملف آخر وقريباً من هذه النسبة جاء العنوان الرئيس ومقدمة مختصرة بنسبة 10.9٪ تليه نصوص متحركة لأهم الأخبار بنسبة 8.5٪.

تفسر لنا نتائج كلا الجدولين (4-52) و(4-53) أن الاختصار في كتابة الأخبار الإلكترونية في البوابات هو السمة المميزة لها، وهو الأمر الذي يُتيحُ للقارئ تصفح وقراءة الأخبار دون الحاجة للرجوع إلى تفاصيل هذه الأخبار إذا ما رغب في ذلك، إذ تعتمد في الكتابة الإلكترونية، ضرورة أن تخبر القارئ - بسرعة- عن الموضوع الذي يحكيه الخبر ولماذا يجب عليه أن يستمر في القراءة وتحدث مشكلة شائعة في الأخبار المفاجئة (Breaking News)؛ إذ تضع البوابات الإلكترونية آخر تطورات

الحدث في المقدمة، فيحدث تراكم وتكدس للمعلومات، وبما ان عدداً قليلاً من القراء قد يزرون الموقع أكثر من مرة في اليوم الواحد، فإن على المحرر أن يحتفظ دائماً بأهم عناوين ومحتوى الأخبار في الصدارة مع أهمية استخدام المزيد من العناوين الفرعية والمقدمة المختصرة.

وهذا ينسجم مع تفضيلات قراءة الأخبار للعناوين المباشرة وغير المعقدة (Straight Forward Lines)[125]

6- الشكل الفني في عرض المحتوى الإخباري:

(أ) الوسائط المتعددة (Multimedia):

دفعت مزايا الوسائط المتعددة إلى انتشار استخدامها في الصحافة الإلكترونية والمواقع الإلكترونية بأنواعها المختلفة، لاسيما في ظل التنافس الذي ميز البدايات الأولى للصحافة الإلكترونية لكن هذا الانتشار صادف مشكلات عديدة أهمها العثور على المحرر الصحفي أو بالأحرى الإعلامي القادر على ترك القواعد التقليدية للعمل وتبني طرقاً جديدة في التفكير والتحرير بما يشمله ذلك إشراك الصوت والصورة في إنتاج القصص الإخبارية [126].

ويبدو أن هذا المشكلة قد بدأت تتخذ طريقها للحل إذ يوجد الآن عدد كبير من الصحفيين الذي يعملون باستخدام الوسائط المتعددة، ويديرون نقاشاً مع القراء في حدود 4-10 ساعات يومياً.

وتبقى مشكلة التكلفة المادية وسرعة الدخول والتصفح من المشكلات الأخرى التي تقف أمام محدودية انتشار استخدام الوسائط المتعددة، لكن قلة تكاليف تكنولوجيا الكمبيوتر والإنترنت وتطورها، قد يحل مثل هذه المشكلات، لذلك يمكن القول: أن تطور الوسائط المتعددة سيتأثر بعاملين هما تطور تكنولوجيا الكمبيوتر، وتأثير هذه التكنولوجيا في ثقافة الصحافة الإلكترونية [127].

ويمكن القول: إن ارتفاع التكلفة الاقتصادية وتأثيرها على إمكانية استخدام

الوسائط المتعددة تبدو واضحة في بوابات محيط والبوابة ومن ثمَّ بوابة نسيج، فالبوابات لا تستخدم الوسائط المتعددة في عرض أو دعم الأخبار بما تتطلبه من دعم تكنولوجي واستخدام خوادم ذات سعة كبيرة وبسرعة فائقة، فضلاً عن مشكلة حاجة المتصفح إلى استخدام طرق إتصال سريعة، وقدرته على الانتظار للحظات وأحياناً لأكثر من دقيقة حتى يستكمل عملية تحميل المواد التي تعرض باستخدام الوسائط المتعددة، وهو ما أشار إليه أيضاً رئيس تحرير البوابة[128] بقوله: (إن البوابة تعمل على تطوير محتواها ليتناسب مع الوسائط المتعددة أي استخدام النص والصورة والصوت والفيديو، وهذا سيتم لاحقاً في أثناء العام المقبل، إذ أن الشركة بدأت تحقق أرباحاً مالية وهناك خطط لتطوير عمل الأخبار. وهي خطة متدرجة تضع في الاعتبار كل مسألة على حدة، مع إيماننا بأن هذه العوامل أساسية في إعلام الإنترنت).

وقريباً من هذه الرؤية كانت إجابة السيد رئيس تحرير محيط [129]، التي تستخدم الصور المتحركة في عرض المادة الإعلامية بشكل أكثر وضوحاً من البوابتين الأخريين، في حين قال: (إن عدم إقبال المعلنين على الإعلام الالكتروني يضعف عملية التطوير، غير أنهم يدرسون إمكانية استخدام الوسائط المتعددة في التطوير القادم للموقع)، وقد أتت إجابة رئيس تحرير بوابة نسيج [130]، لتضيف سبباً آخر في عدم استخدام الوسائط المتعددة يعود إلى مشكلة بطء تحميل الموقع وهي المبرر لعدم الاستخدام لتلك التقنية المُستَحْدَثة.

ويمكن القول: إن ضعف الموارد الاقتصادية للبوابات مقابل تكلفة إصدارها وارتفاع تكلفة تجهيز ودعم استخدام الوسائط المتعددة، كانت وراء غياب استخدام البوابات للوسائط المتعددة بخاصة، في ظل الغياب الواضح وشبه التام للإعلانات كمورد للدخل وتمويل البوابات[131].

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عربية حديثة[132] والتي أوضحت أن الصحافة العربية في الإنترنت لا تهتم بالوسائط المتعددة في مواقعها الإلكترونية إلا بنسبة ضئيلة (لم تتجاوز 3.4٪).

ولا تدعم هذه النتيجة التوقعات في إحدى الدراسات[133] التي تنبأت بأن تصبح الوسائط المتعددة (Multimedia) مادة أساسية في المواقع الإخبارية في هذا العقد (2000– 2010).

ويمكن القول أيضاً: إن المشكلات المادية التي واجهتها البوابات الإلكترونية عينة الدراسة وأعاقت استخدامها للوسائط المتعددة تواجه معظم المواقع العربية المستقلة على الويب، والتي لا تعتمد على التمويل الحكومي، وفي مقدمة هذه المواقع البوابات الإلكترونية الإعلامية والصحافة الإلكترونية المستقلة أو التي يصدرها أفراد أو تصدرها مؤسسات المجتمع المدني، ومثل هذا لا يهدد فقط تطور البوابات الإلكترونية الإعلامية أو الصحافة الإلكترونية أو حريتها بل يهدد قدرتها على الاستمرار فمن الصعب على هذه الإصدارات أن تستمر دون اشتراكات أو دخل من الإعلانات الأمر الذي يشجع على اقتراح ندوة أو حلقة نقاش للبحث في مستقبل البوابات الإلكترونية ومصادر الإنترنت العربية.

(ب) **النص الفائق أو الهايبر تكست (التشعبي) (Hypertextualty):**

يُعَدُّ الربط الديناميكي غير الخطي للمواد الصحفية، سواء كانت نصوصها مكتوبة أو نص وصوت وصورة مع وثائق أخرى، أحد أهم مميزات الصحافة الإلكترونية[134] فالهايبرتكست هو تقنية تهدف إلى توفير الوسائل للويب أو تكامل الوثائق ذات العلاقة بموضوع معين، ربما يُتيحُ للقارئ التجول في مجال متعدد الأبعاد، بعكس النُظُم التقليدية، ويقدم أسلوب بحث يحاكي فيه عمليات التفكير لدى الإنسان، فالإنسان لا يفكر بقواعد التكشيف أو التصنيف وإنما يعتمد وسائل الربط بين النصوص والأفكار وبين المعلومات والصور [135].

وإذا نظرنا إلى البوابات عينة الدراسة في ضوء مزايا الهيبرتكست والهيبرميديا وما تتيحه من حرية للقارئ وإمكانية لمعرفة المزيد من المعلومات والربط بين الموضوعات والكشف عن خلفية الأحداث، لاحظت الباحثة[136] غياب استخدام

هذه التقنية فالأخبار أو التقارير والمقالات، لا تتوافر فيها في أثناء مدة الدراسة- أي روابط، كما أن الروابط والعقد المدفونة داخل النص والتي توضح أو تُقدمْ معلومات أو صور عن شخص أو حدث أو مفهوم معين غير موجودة، وهي خدمات ومزايا بدت مستقرة وشائعة في الصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية العالمية مثل النيويورك تايمز والبوابات الإلكترونية العامة مثل ياهو و(MSN) وقد شرعت بعض المواقع الإخبارية العربية في استخدامها مثل موقع الجزيرة نت.

إلا أن بوابة محيط تستخدم أحياناً وفي بعض الأخبار النصوص المتشعبة غير المدفونة في الخبر إنما على شكل وصلات أو روابط خارجية للإطلاع على مزيد من المعلومات والتفاصيل حول الموضوع المنشور كما في موضوع الرسوم المسيئة – أسرار وتداعيات- الذي نُشِرَ بتأريخ 7/ 2/ 2008.

أما الوصلات والروابط الخارجية للبوابات فأنها تتميز بالتنظيم والوحدة الموضوعية، إذ تظهر قائمة من الوصلات والروابط في الصفحات الرئيسة (Home page) لكل قسم أو موقع في البوابات، وتظهر هذه الوصلات وفق تصنيف يساعد القارئ على تصفح وقراءة المواد الصحفية والإخبارية.

(ج) **الفيديو:**

لا تهتم البوابات المبحوثة بتقنية الفيديو إلا أن بوابة نسيج التي تنفرد بتقديم المادة المسموعة ولقطات فيديوية لأحداث رياضية ولأهم الأهداف، إذ تقوم بعرض صور لأهداف في مباريات لكرة القدم في أثناء وصف المباراة، بالنقر على رسم لكاميرا مثبت داخل النص يتم عرض صورة الهدف، فضلاً عن عرض لقطات فديوية لبعض الأخبار الخفيفة التي تتيح بوابة نسيج للقارئ اختيارها ضمن زاوية صُنِفَت بعنوان (مواقف مثيرة)، فيما عدا ذلك يندر تقديم مواد إخبارية يتكامل فيها الصوت والصورة، إلا إذا استثنينا من ذلك لقطات الأغاني والموسيقى في كلا من بوابتي محيط والبوابة، أو خدمات الفيديو التي تُتَاح للقارئ عن طريق الروابط لمواقع أخرى ويمكنه بذلك مشاهدة الأخبار ضمن تقنية الفيديو.

(د) **الصورة الصحفية:**

تلعب الصورة دوراً مهماً في الإعلام الإلكتروني، أكثر مما كانت تلعبه قديماً، لأنه أصلاً إعلام الوسائط المتعددة، وقد أتاح انفتاح الأفق الإعلامي وتطور التكنولوجيا وسهولة الإنتاج والتوزيع للصورة قوةٍ كبيرةٍ في التأثير على الرأي العام.

إن الصورة على شبكة الويب تُمَثِل ركناً أساسياً في بنية الشبكة كمعلومة علمية وإعلامية وإعلانية وتعليمية في حد ذاتها. وقد أُستخدمت الصورة الصحفية في المواقع الإخبارية والبوابات الإلكترونية كمواد إعلامية لأحداث كبيرة مثلما حدث في أثناء تفجيرات قطارات الإنفاق في لندن في العام 2005 وأحداث كارثة تسونامي في العام 2004 (137).

إن توظيف واستخدام فن الصورة بشكل صحيح يعكس إدارك قيمة الصورة كوسيلة إتصال، وثمة أُسس علمية عديدة للتوظيف الصحيح، منها أن تكون الصورة وثيقة الصلة بالموضوع، والصورة يجب أن تلتقط وأشخاصها يتفاعلون مع الحدث مما يجعلها أكثر جذباً وأكثر تأثيراً في نفس القارئ وتعبيراً عن الموضوع ونطقاً بالمعنى والذي يعني مواكبتها للحدث. فضلاً عن توافر حداثة المضمون سواء للصورة الشخصية أو الموضوعية (138).

مما يعني أن حداثة الصورة ومواكبتها للحدث، تعني آنيتها ومقدرتها على نقل الحدث بشكل مصور ساعة وقوعه، نقيضها الصورة المؤرشفة أو المستخدمة من الأرشيف أو الصورة القديمة للحدث قبل أن يتطور ويتبدل.

ويمكن دعم هذا القول بنتائج التحليل وحسب الجدول رقم (4-54) أن البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة - تولي اهتماما بالصور الحديثة والمواكبة لتطور الحدث(*)، وجاءت بوابة محيط في المرتبة الأولى بمعدل 2332 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 52.4٪ في استخدام الصور الحديثة تليها بوابة نسيج بمعدل 1133 تكراراً وبنسبة مئوية 25.5٪ وحازت بوابة البوابة معدلاً هو أقل من بوابتي محيط ونسيج إذ نالت 983 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 22.1٪. (139)

أما فيما يتعلق باستخدام الصور غير الحديثة فقد جاءت بوابة نسيج بأعلى معدل بلغ 195 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 44.3٪ من مجمل الصور غير الحديثة المستخدمة في البوابات، وتأتي بوابة محيط في المرتبة الثانية فقد أحرزت معدلاً بلغ 152 تكراراً وبنسبة مئوية 34.4٪ وأخيراً بوابة البوابة بمعدل 94 تكراراً وبنسبة مئوية 21.3٪ ويمكن القول: في ضوء ذلك أن البوابات تولي حداثة الصورة أهمية تتقدم فيها على استخدامها للصور غير الحديثة وهو ما أظهرتها المعدلات التي حققتها إذ كان مجمل معدل الصور الحديثة بلغ (4448) تكراراً مقارنة بـ (441) تكراراً معدل الصور غير الحديثة.

أما فيما يتعلق باستخدام البوابات للصور المواكبة لتطور الحدث، فقد أظهرت نتائج الجدول نفسه اهتمام البوابات وحرصها على استخدام الصور التي أتسمت بالآنية ومتابعة الحدث ساعة وقوعه إذ عادت محيط لتحتل المرتبة الأولى بمعدل بلغ 2189 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 52.7٪ وهي نسبة تشكل أكثر من نصف معدلي بوابة نسيج والبوابة بما تمتاز به محيط من استخدام متميز للصور. إذ أحرزت نسيج معدلاً بلغ 1001 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 24.1٪ لتحرز المرتبة الثانية ثم جاءت البوابة بالمرتبة الثالثة بعد أن نالت معدلاً بلغ 962 تكراراً وبنسبة مئوية 23.2٪.

وتأتي محيط في المرتبة الأولى في استخدام الصور غير المواكبة للحدث بمعدل 241 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 51.8٪.

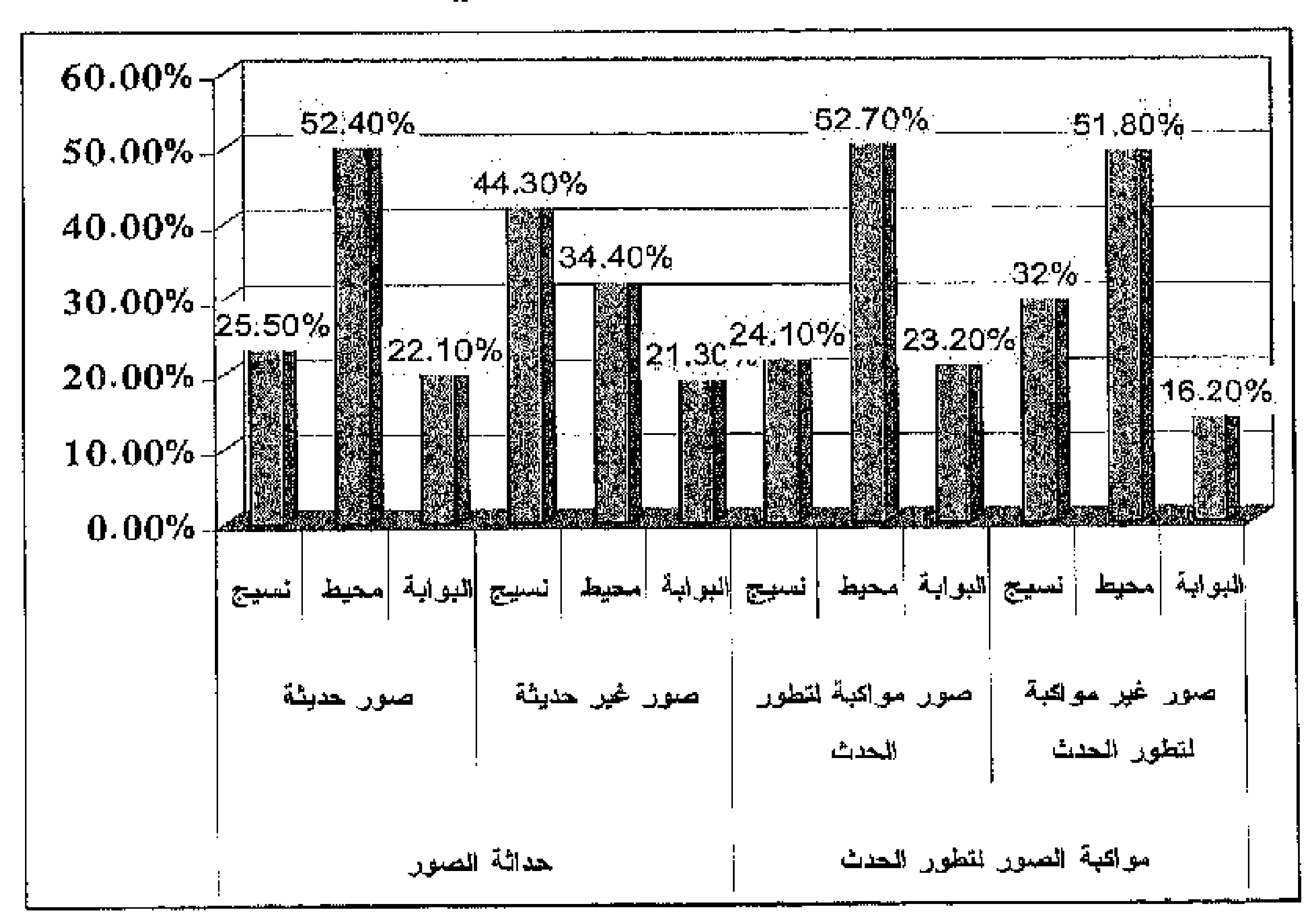
تلتها بوابة نسيج في المرتبة الثانية بمعدل 149 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 32٪ وأخيراً بوابة البوابة بمعدل 75 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 16.2٪.

وتجدر الإشارة إلى أن معدل الصور المواكبة لتطور الحدث بلغ 4152 تكراراً وهو ما يمثل إجمالي الصور المستخدمة في البوابات في حين كان إجمالي الصور غير المواكبة لتطور الحدث قد بلغ 465 تكراراً، وهو ما يؤشر أيضاً ارتفاع نسبة استخدام البوابات للصور التي تعبر عن مضمون وحداثة الموضوع أو الخبر المنشور، سواء في التقارير أو المقالات أو التحقيقات والحوارات.

جدول رقم (4-54)
استخدام الصور في البوابات

اسم البوابة	حداثة الصور				مواكبة الصور لتطور الحدث				المجموع	
	صور حديثة		صور غير حديثة		صور مواكبة لتطور الحدث		صور غير مواكبة لتطور الحدث			
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	1133	٪25.5	195	٪44.3	1001	٪24.1	149	٪32	2479	٪100
محيط	2332	٪52.4	152	٪34.4	2189	٪52.7	241	٪51.8	4914	٪100
البوابة	983	٪22.1	94	٪21.3	962	٪23.2	75	٪16.2	2086	٪100
المجموع	**4448**	**٪100**	**441**	**٪100**	**4152**	**٪100**	**465**	**٪100**	**9479**	

شكل (4-54) استخدام الصور في البوابات



ويبين الجدول رقم (4-55) استخدام الصور في كل بوابة منفردة، إن الصور الحديثة أحرزت نسبة مئوية قدرها 45.7٪ من إجمالي الصور المستخدمة في بوابة نسيج، وجاءت الصور غير الحديثة بنسبة مئوية قدرها 7.9٪، تقابلها بوابة محيط التي جاءت فيها الصور الحديثة بنسبة عالية أيضاً قدرها 47.4٪، وبلغت نسبة الصور غير الحديثة 3٪.

أما بوابة البوابة فقد أحرزت الصور الحديثة فيها نسبة مئوية مقاربة لما في بوابة محيط وقدرها 47.1٪ مقابل نسبة مئوية مقاربة أيضاً لبوابة محيط في استخدام الصور غير الحديثة إذ بلغت 3.2٪.

وإذا ما انتقلنا إلى معدلات استخدام الصور المواكبة لتطور الحدث، يلاحظ وبحسب الجدول ذاته، إنها أحرزت نسبة 40.4٪ في بوابة نسيج مقابل 6٪ في استخدام الصور غير المواكبة لتطور الحدث، أما في بوابة محيط فكانت نسبتها 44.6٪ والصور غير المواكبة لتطور الحدث أحرزت نسبة 4٪.

أما في البوابة فكانت نسبة الصور المواكبة لتطور الحدث 46.2٪ أما الصور غير المواكبة لتطور الحدث فنالت نسبة مئوية قدرها 3.5٪.

وعلى الرغم من التباين بين معدلات ونسب استخدام الصور الصحفية في البوابات المبحوثة كما أشارت النتائج التفصيلية في الجدولين (4-54) و(4-55)، للتمييز بين مستويات الاهتمام في استخدام بوابات الدراسة الصور الصحفية في عرض موادها الصحفية، إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن التقارير الإخبارية والتحقيقات والمقالات والحوارات الصحفية اتسمت باستخدام عدد كبير من الصور فضلاً عن آنيتها لاسيما في الموضوعات الرياضية والفنية والاجتماعية وقضايا المرأة والمجتمع[140].

وأحياناً ترفق أكثر من صورة مع المادة الصحفية قد تصل إلى (12) صورة في البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة - بصفة عامة، فيما عدا مقالات نسيج التي كانت تخلو من الصور مع تفوق واضح لبوابة محيط التي نجحت في استخدام الصور

الحديثة والمواكبة لتطور الحدث، وإن كانت بوابة البوابة قد تقدمت في مستوى الاهتمام بالصور المواكبة لتطور الحدث في عرض مضمونها داخل البوابة نفسها كما أشارت بيانات الجدول رقم (4-55).

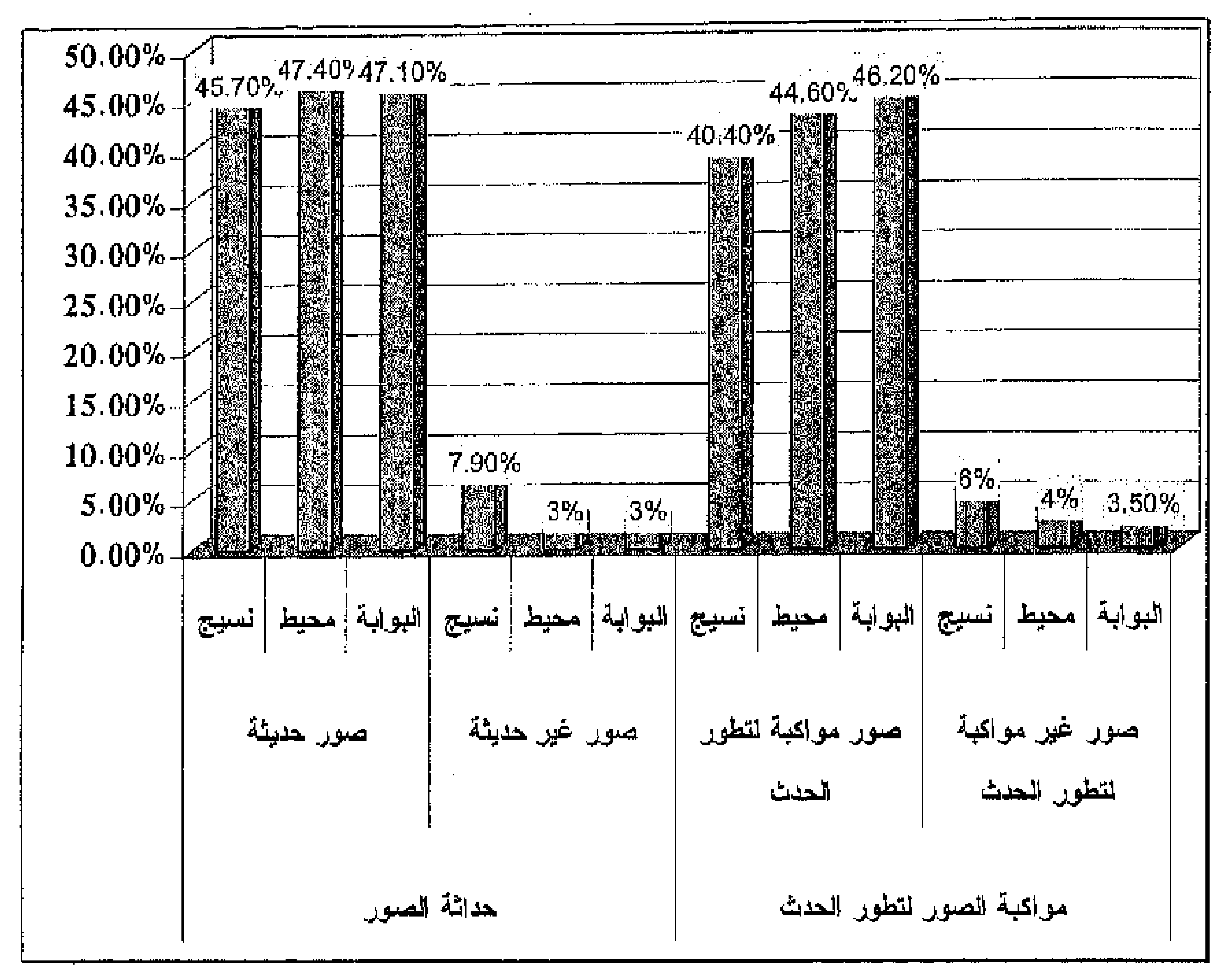
(هـ) الشريط الإخباري:

وهو عبارة عن شريط متحرك يوضع في مكان مناسب من الصفحة الرئيسة لموقع البوابة، ويُتيحُ لزائر البوابة مطالعة عناوين آخر الأخبار والتطورات العربية والعالمية التي تنشرها في صفحتها الرئيسة أول بأول، وذلك على مدار الساعة، وهذه العناوين تكون متصلة بصفحاتها التفصيلية.

جدول رقم (4-55)
استخدام الصور في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	حداثة الصور				مواكبة الصور لتطور الحدث				المجموع	
	صور حديثة		صور غير حديثة		صور مواكبة لتطور الحدث		صور غير مواكبة لتطور الحدث			
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نسيج	1133	٪45.7	195	٪7.9	1001	٪40.4	149	٪6	2479	٪100
محيط	2332	٪47.4	152	٪3	2189	٪44.6	241	٪4	4914	٪100
البوابة	983	٪47.1	66	٪3	962	٪46.2	75	٪3.5	2086	٪100
المجموع	**44448**		**441**		**4152**		**465**		**9479**	

شكل (4-55) استخدام الصور في كل بوابة منفردة



وفي ضوء ما سبق يوضح الجدول رقم (4-56) توزيع محتوى الشريط الإخباري على الصفحة الرئيسة في أثناء مدة الدراسة في بوابة نسيج، إذ تبين أن (750) خبراً من مجموع (1894) يمثل المحتوى الإخباري في بوابة نسيج والتي تُنشرْ في صفحات البوابة الأخرى، يتم عرضها في الشريط الإخباري وبنسبة مئوية قدرها 100٪ لا يمكن الإطلاع على تفاصيلها إذ لاحظت الباحثة[141] أن بعضاً من العناوين الرئيسة للإخبار لا تظهر في الصفحات التفصيلية للأخبار، كما أن القارئ لا تُتَاح له فرصة الإطلاع على تفاصيل هذه الأخبار إذا ما أراد أن يكتفي بقراءتها عن طريق هذا الشريط، ويبدو أن تبرير ذلك كما عبر عنه السيد رئيس تحرير بوابة نسيج[142] يتعلق بوجود فرق بين ما يُنشر من أخبار وتقارير على نسيج وشريط آخر التطورات، إذ أن تطورات الأحداث تكون سريعة ومواكبة للأحداث طول الوقت لذا تم عمل

الشريط، أما بقية الأخبار فهي تتعلق بالقصص الخبرية التي يتم تناولها بالتفصيل ولذا يتم نشرها ومتابعتها، ولاحظت الباحثة[143] إن بوابة نسيج حرصت على إيراد بعض هذه العناوين في موضع آخر من الصفحة الرئيسة لتتيح للقارئ قراءة تفاصيلها بضغطة على الفأرة.

أما بوابة محيط فقد بلغ مجموع ما تبثه في الشريط الإخباري معدلاً قدره (1631) خبراً وهو يمثل المحتوى الإخباري الذي يعرض من صفحات البوابة وأقسامها المختلفة وبنسبة مئوية 92.8٪ يمكن الإطلاع على تفاصيلها.

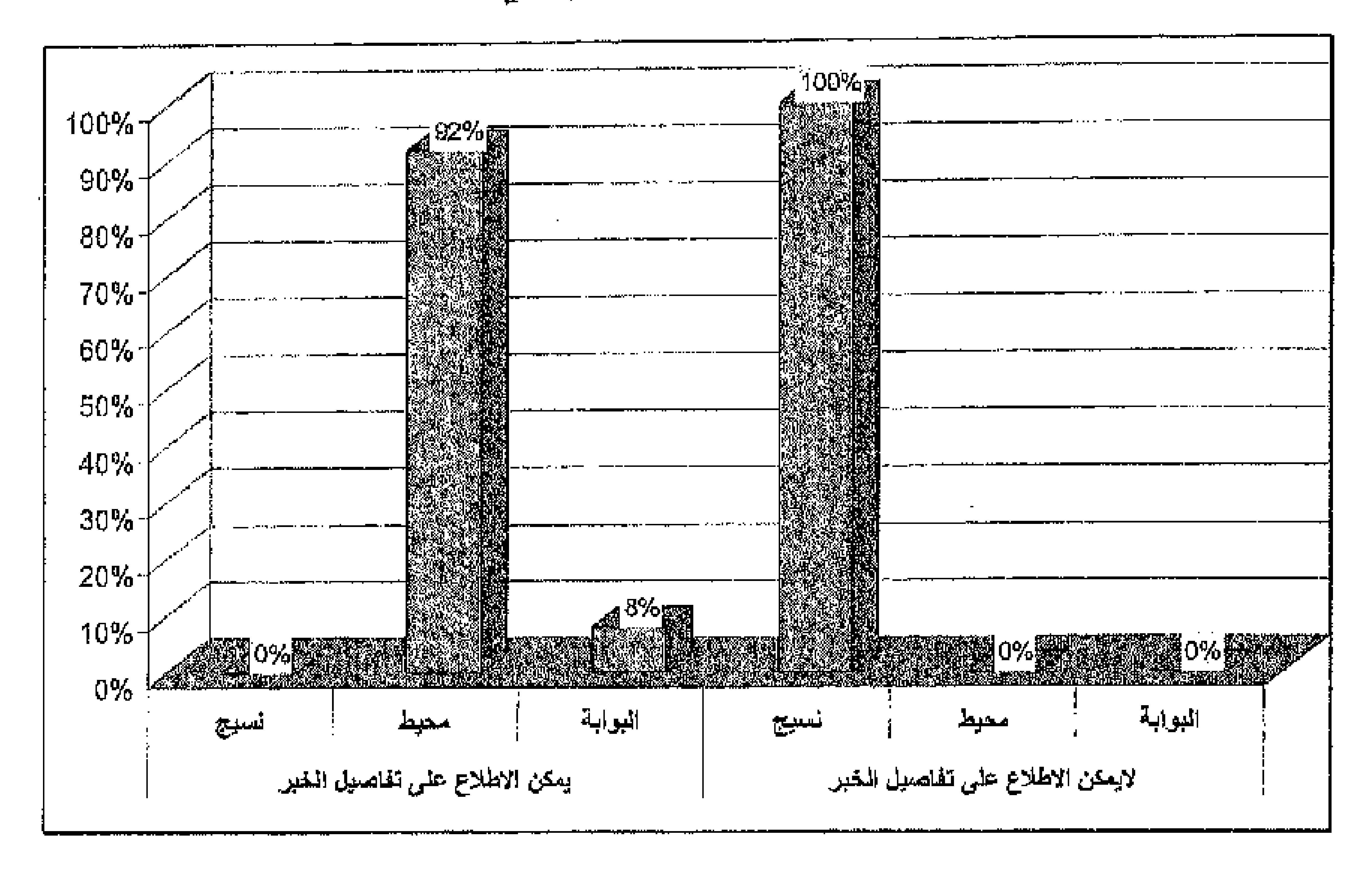
ويظهر الشريط الإخباري في كل قسم من أقسام بوابة محيط وهو يحمل أخباراً تخص القسم الذي يظهر فيه.

في المقابل تقدم بوابة البوابة الشريط الإخباري بمعدل (143) خبراً من مجموع معدل ما تبثه من أخبار في أثناء العينة الزمنية للدراسة والتي بلغت (1692) خبراً وبنسبة مئوية قدرها 8٪ يمكن الإطلاع علي تفاصيلها، إلا أن ما يلاحظ أن هذه الأخبار لا تتصل بالصفحات التفصيلية لأخبار للبوابة ويكتفي بعرضها في صفحة الأخبار وما يتصل بها من تفاصيل ويعرض الشريط الإخباري في النسخة العربية للبوابة فقط.

جدول رقم (4-56)
الشريط الإخباري في كل بوابة

إسم البوابة	يمكن الإطلاع على تفاصيل الخبر		لا يمكن الإطلاع على تفاصيل الخبر	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسب المئوية
نسيج	-	-	750	٪100
محيط	1631	٪92	0	0
البوابة	143	٪8	0	0
المجموع	**1774**	**٪100**	**750**	**٪100**

شكل (4-56) الشريط الإخباري في كل بوابة



7- المصادر الإخبارية:

مع البدايات الأولى للصحافة الإلكترونية والبوابات الإلكترونية كان هناك اعتماد كبير على ما تنشره الصحافة الورقية ووكالات الأنباء وقنوات التلفزيون في الحصول على الأخبار والمعلومات، بعبارة أخرى كانت البوابات الإلكترونية تعيش على إعادة نشر ما تقدمه وسائل الإعلام ووكالات الأنباء، وقد عُرِفَتْ هذه البداية القلقة بمرحلة النشأة والتجريب ولكن مع تطور البوابات الإلكترونية والصحافة الإلكترونية أخذت تتخلى عن هذا التقليد وترسي تقاليد جديدة تعتمد أساساً على تنمية وتطوير مصادرها الخاصة، وفي مقدمتها شبكة المراسلين والمحررين التابعين لها، فضلاً عن القصص والتقارير والخلفيات التي تنفرد بها، وبدلاً من علاقة اعتماد البوابات الإلكترونية على وسائل الإعلام وتبعية الأولى للثانية تحولت العلاقة حالياً إلى نوع من التنافس التكاملي لاسيما في المواقع والصحف والبوابات التي تنتمي إلى شركات أو شبكات إعلامية كبيرة مثل (bbc.com) و(cnn.com) و (msn.com) و(yahoo.com) و (google.com)[144].

أما البوابات – موضوعة الدراسة –، فيمكن القول: اعتماداً على تحليل مصادرها في الحصول على الأخبار والمعلومات أنها نوعت وطورت مصادرها الإخبارية وذلك باعتمادها على مختلف المصادر لاستقاء الأخبار والمعلومات، وعلى الرغم من ذلك فأنها لازالت تعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام التقليدية.

ويبين الجدول رقم (4-57) اعتماد البوابات الإلكترونية على وكالات الأنباء العالمية في الحصول على الأخبار والموضوعات الصحفية المختلفة، لتؤكد تفوق وكالات الأنباء العالمية على مقدار تدفق المعلومات من الشمال إلى الجنوب، إذ نلمس وبشكل واضح وجود كمٍ هائلٍ من الأخبار والموضوعات الصحفية المختلفة من وكالات الأنباء العالمية التي تبث أخبارها بشكل دائم يومياً.

فقد بلغ مجموع التكرارات للموضوعات التي عرضتها البوابات عن طريق وكالات الأنباء العالمية 1622 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 25.4٪، تلاها وكالات الأنباء العربية، إذ بلغ مجموع التكرارات للأخبار والموضوعات في البوابات 1084 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 16.9٪.

ثم الصحف والمجلات العربية بمعدل بلغ 849 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 13.3٪ وهذا ما يشير إلى اتجاه البوابات إلى اعتماد الوكالات والصحف العربية مصدراً رئيساً للأخبار كما هو اعتمادها الوكالات والصحف العالمية، وهو ما لاحظته الباحثة[145] لاسيما في التقارير الإخبارية والمقالات الصحفية المنقولة من الصحف والمجلات العربية.

وهناك اتجاه إلى الاعتماد على المراسلين بشكل جيد، إذ تأتي شبكة مراسلي البوابات والتي تغطي بعض العواصم العربية في المرتبة الخامسة بمعدل بلغ 746 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 11.6٪.

ويلاحظ[146] أن البوابات عندما تنقل مواد صحفية عن صحف أو وسائل إعلام أخرى فأنها تذكر وسيلة الإعلام وأسم وشخصية محرر أو كاتب المادة الإعلامية، لكن هذا التقليد المهني كان يتم تجاهله أحياناً فيُنقل خبر أو تقرير أو مقال باسم

المحرر أو الكاتب الأصلي دون الإشارة إلى اسم الصحيفة أو وسيلة الإعلام الأصلية، كذلك جُهلتْ المادة الصحفية بمعدل بلغ 568 وبنسبة مئوية مقدارها 8.8٪.

وتجدر الإشارة إلى أن المصادر غير المحددة تُشَكِّلُ ظاهرة جديدة في الصحافة عموماً، إذ يتم نشر الأخبار من دون أية إشارة إلى مصادرها الأصلية، وهو مؤشر مهني سلبي، أضحى ظاهرة واضحة في الصحافة عموماً.

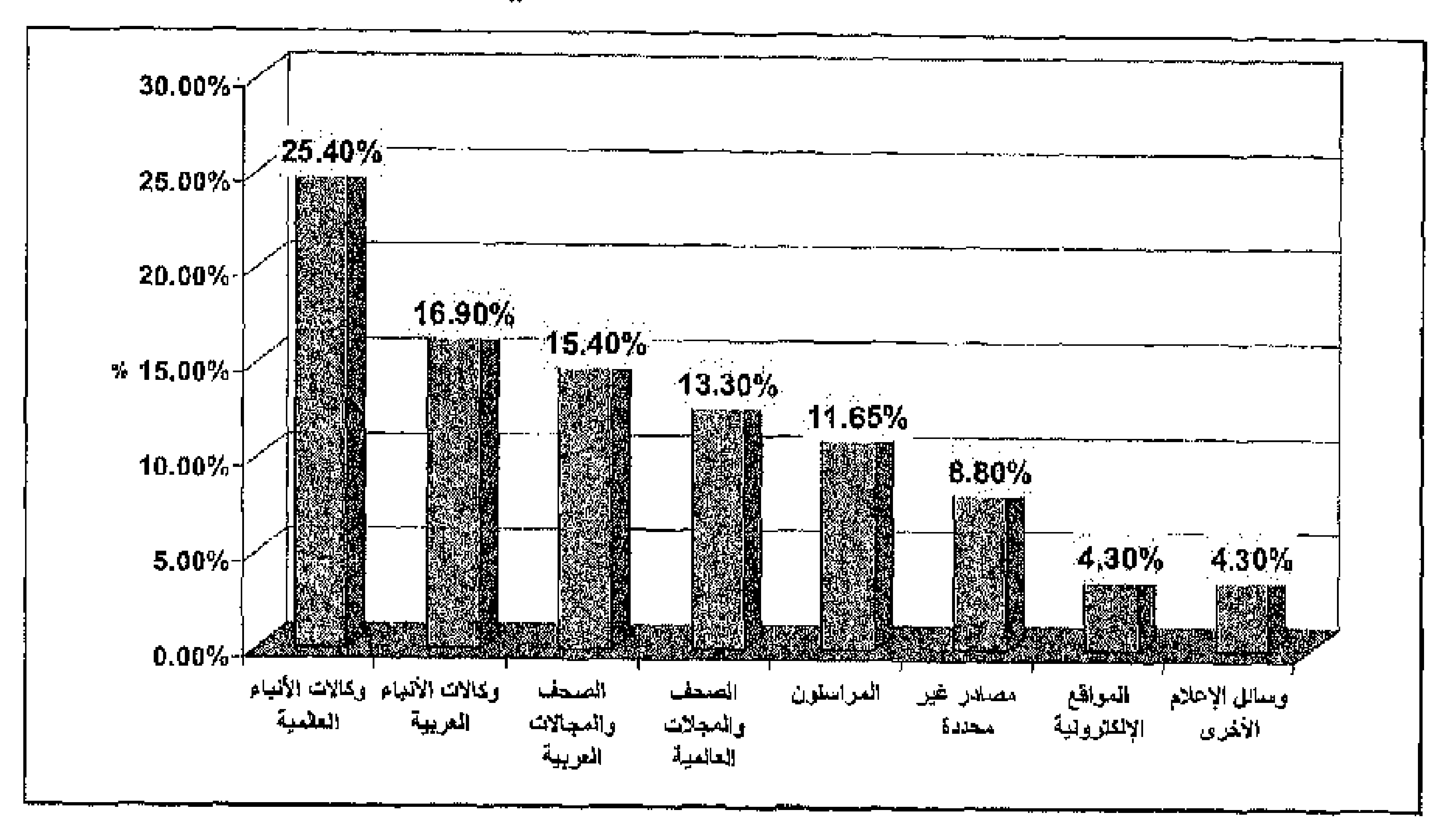
وأخيراً حازت كل من المواقع الإلكترونية ووسائل الإعلام الأخرى (الفضائيات، الإذاعات وغيرها)، على معدلات متقاربة جداً بلغت 281 و 276 على التوالي وبنسبة مئوية قدرها 4.3٪.

ولاحظت الباحثة[147] أن البوابات الإخبارية - عينة الدراسة- تُعيدُ نشر مُختاراتْ مما تنشره وسائل الإعلام دون إدخال تعديلات تتواءم مع متطلبات وإمكانيات البوابات الإلكترونية مما يُعاد نشره بصورة جامدة بدون الإفادة من إمكانيات الهيبرتكست أو الهيبرميديا.

جدول رقم (4-57)
المصادر الإخبارية في البوابات

مصادر الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
وكالات الأنباء العالمية	1622	٪25.4
وكالات الأنباء العربية	1084	٪16.9
الصحف والمجالات العربية	982	٪15.4
الصحف والمجلات العالمية	849	٪13.3
المراسلون	746	٪11.6
مصادر غير محددة	568	٪8.8
المواقع الإلكترونية	281	٪4.3
وسائل الإعلام الأخرى	276	٪4.3

شكل (4-57) المصادر الإخبارية في البوابات



ويوضح جدول رقم (4-58) أن محيط تعتمد على وكالات الأنباء العالمية بمعدل بلغ 613 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 37.8٪ بالدرجة الأولى، وتليها بوابة نسيج باعتمادها على الوكالات العالمية بمعدل بلغ 588 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 36.3٪ ثم بوابة البوابة التي حققت معدلاً بلغ 421 وبنسبة مئوية قدرها 25.9٪.

فيما حققت بوابة نسيج أعلى نسبة في اعتمادها وكالات الإنباء العربية بمعدل 449 وبنسبة مئوية قدرها 41.5٪ ثم بوابة محيط بمعدل 411 وبنسبة مئوية قدرها 37.9٪ ثم بوابة البوابة بمعدل 224 وبنسبة مئوية قدرها 20.6٪.

وأحرزت بوابة البوابة معدلاً بلغ 340 وبنسبة مئوية قدرها 40٪ في اعتمادها الصحف والمجلات العالمية مصادر إخبارية، ثم بوابة محيط بالمرتبة الثانية إذ نالت معدلا قدره 325 تكراراً وبنسبة مئوية 38.3٪.

ثم بوابة نسيج التي جاءت بالمرتبة الثالثة بمعدل 184 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 21.7٪.

أما الصحف والمجلات العربية فكانت بمعدل 497 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 50.6٪، حققتها بوابة محيط في اعتمادها كمصادر إخبارية لاسيما الصحف المصرية والخليجية[148] ثم جاءت بوابة نسيج في المرتبة الثانية إذ حازت على معدل 308 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 31.4٪ والتي تعتمد الصحف والمجلات الخليجية وبخاصة السعودية منها[149]، تلتها في المرتبة الثالثة بوابة البوابة التي نالت 177 تكراراً وبنسبة مئوية 18٪ والتي كان للصحف الأردنية والصحف العربية خارج الوطن العربي حضور واسع كمصادر إخبارية تعتمدها[150].

وتأتي بوابة محيط في المرتبة الأولى في اعتمادها على شبكة المراسلين بعد أن نالت معدلا قدره 427 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 57.2٪ ثم بوابة البوابة بمعدل 228 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 30.5٪ وأخيراً بوابة نسيج بمعدل بلغ 91 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 12.1٪.

في حين أحرزت محيط المرتبة الأولى في اعتمادها المواقع الإلكترونية مصدراً إخبارياً بمعدل بلغ 196 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 69.7٪ وجاءت في المرتبة الثانية بوابة البوابة بمعدل بلغ 47 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 16.7٪ ثم البوابة بنسبة مئوية قدرها 13.5٪.

أما فيما يتعلق بوسائل الأعلام الأخرى فقد حققت محيط المرتبة الأولى بمعدل 189 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 68.4٪ ثم بوابة البوابة بمعدل 44 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 15.9٪ وأخيرا بوابة نسيج بمعدل 43 تكراراً وبنسبة مئوية 15.5٪ وهي مقاربة إلى ما أحرزته بوابة البوابة.

ويلاحظ في الجدول ذاته أن بوابة البوابة جاءت في المرتبة الأولى في ما يتعلق بالمصادر غير المحددة إذ نالت معدلاً بلغ 211 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 37.2٪ ثم بوابة نسيج بمعدل 193 تكراراً وبنسبة مئوية قدرها 33.9٪ وأخيراً بوابة محيط بمعدل 164 تكراراً وبنسبة مئوية 28.9٪.

ويمكن الإفادة من شهادات المسؤولين عن البوابات الإلكترونية - الدراسة- لدعم وتفسير النتائج السابقة.

في هذا الصدد تحرص بوابة نسيج على استقاء معلوماتها من مصادر موثوقة ومعتمدة ولذلك فهي تتعاون مع مصادر خاصة تزودها بالمعلومات، والتي تضم إلى جانب وكالات الأنباء العالمية والعربية مكاتب بوابة نسيج في كل من القاهرة ودبي وبيروت والإمارات وتونس (151).

وهو ما يؤكده رئيس التحرير بقوله: «مصادر البوابة متعددة، فهي إلى جانب اعتمادها على وكالات الأنباء، تتابع وسائل الأعلام الأخرى من فضائيات ومواقع إنترنت ويتسنى لها الإطلاع الشامل والدائم على كل ما يحدث» (152).

إما السيد رئيس تحرير البوابة (153) فيشير إلى اعتمادها على الكادر الصحفي فيها لتغطية الأحداث بقوله: «تعتمد بوابة البوابة على مصادر متعددة في تغطيتها للأحداث، وأولها مجموعة كادرها الصحفي الذي يتمتع بخبرة ودراية وعلاقات واسعة في المنطقة تمكنه من إعداد التقارير والتحليلات الحصرية، وأيضاً هناك المصادر التقليدية كوكالات الأنباء العالمية والإقليمية والمحلية، ومحطات التلفزة والإذاعات والصحف».

ويضيف: «وفي نمط العمل اليومي، يقوم الكادر بمتابعة الأحداث من المصادر التي ذكرتها، من ثم تحميل الأخبار والتقارير على الموقع الذي تتجدد أخباره على مدار الساعة وعلى مدار الليل والنهار».

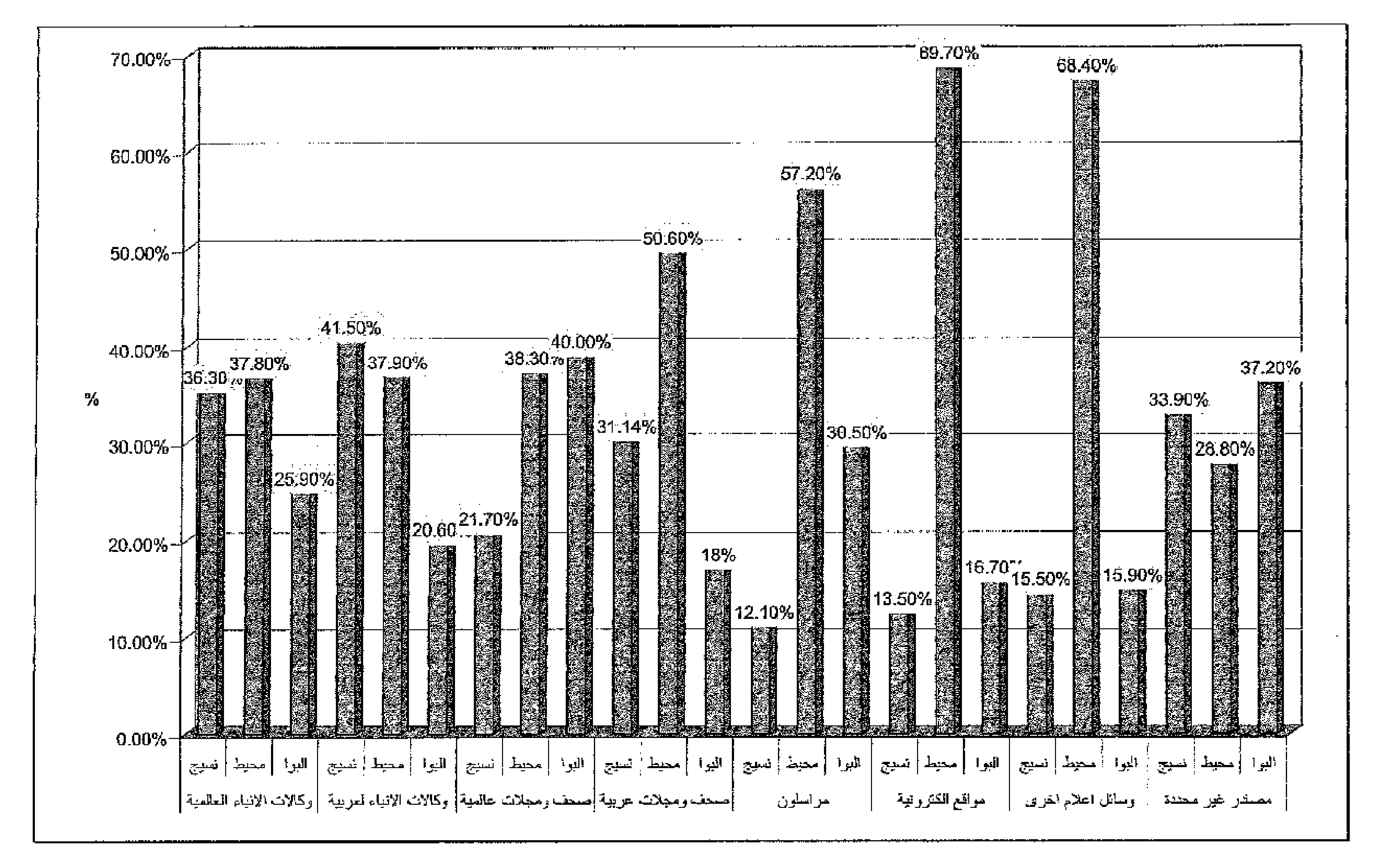
وكان السيد محمد عمر قد أشار إلى أن بوابة البوابة تعمل بمفهوم الصحفي المواطن إذ تتلقى أخباراً من القراء وتقوم بنشرها بعد التحقق من صحتها. ويوضح قائلا: «إن الصحفي المواطن هو مفهوم جديد في عالم الإعلام يعتمد على القراء في إنتاج المحتوى الإعلامي أو في التعاون مع المحررين في نقل الأخبار» (154).

جدول رقم (4-58)

المصادر الإخبارية في البوابات

اسم البوابة	وكالات الأنباء العالمية		وكالات الأنباء لعربية		صحف وعجلات عالمية		صحف وعجلات عربية		مراسلون		مواقع الكترونية		وسائل إعلام أخرى		مصادر غير محددة		المجموع
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
نسيج	588	٪36.3	449	٪41.5	184	٪21.7	308	٪31.14	91	٪12.1	38	٪13.5	43	%15.5	193	٪33.9	1894
محيط	613	٪37.8	411	٪37.9	325	٪38.3	497	٪50.6	427	٪57.2	196	٪69.7	189	٪68.4	164	٪28.8	2822
البوابة	421	٪25.9	224	٪20.6	340	٪.40	177	٪18	228	٪30.5	47	٪16.7	44	٪15.9	211	٪37.2	1692
المجموع	**1622**	**٪100**	**1084**	**٪100**	**849**	**٪100**	**982**	**٪100**	**746**	**٪100**	**281**	**٪100**	**276**	**٪100**	**568**	**٪100**	**6408**

شكل (4-58) المصادر الإخبارية في البوابات



وقد لاحظت الباحثة [155] أن أخبار البوابة خلت من الإشارة الصريحة إلى هذه المصادر على الرغم من أهميتها كمصادر حديثة تُعتمدُ في استقاء الأخبار في الإعلام الإلكتروني.

وجاءت إجابة رئيس تحرير بوابة محيط مشيرة إلى اعتماد محيط على وكالات الأنباء العالمية والعربية والصحف والمصادر الإخبارية التي تشمل الأحزاب والمنظمات والجماعات والمؤسسات الدولية فضلاً عن المحررين والمراسلين في الموقع والمتعاملين معه[156] – على حد تعبيره –.

وفيما يتعلق بمصادر الأخبار في كل بوابة من بوابات الدراسة، فقد أوضحت النتائج حسب الجدول رقم (4-59) أن بوابة نسيج تعتمد بالمرتبة الأولى على وكالات الإنباء العالمية بنسبة 31٪ ثم بعدها بالمرتبة الثانية وكالات الأنباء العربية بنسبة 23.7٪ وجاءت بالمرتبة الثالثة الصحف والمجلات العربية بنسبة 16.4٪ تليها المصادر غير المحددة بنسبة 10.1٪ ثم الصحف والمجلات العالمية بنسبة 9.8٪ ثم المراسلون بنسبة 4.8٪ وبعدها تأتي وسائل الأعلام الأخرى بنسبة 2.2٪ وأخيراً المواقع الإلكترونية بنسبة 2٪.

أما بوابة محيط فكان اعتمادها بالدرجة الأولى على وكالات الأنباء العالمية كمصادر لأخبارها بنسبة مئوية 21.7٪ جاءت بعدها في المرتبة الثانية الصحف والمجلات العربية بنسبة 17.7٪ ثم شبكة المراسلين بنسبة 15.3٪ تلاها وكالات الأنباء العربية بنسبة 14.5٪ ثم الصحف والمجلات العالمية بنسبة 11.5٪ تليها في المرتبة السادسة المواقع الإلكترونية بنسبة 6.9٪. ثم وسائل الإعلام الأخرى بنسبة مئوية 6.6٪ وأخيراً المصادر غير المحددة بنسبة 5.8٪ أما بوابة البوابة فقد كانت تعتمد هي الأخرى على وكالات الأنباء العالمية كمصدر رئيس لأخبارها وبنسبة مئوية 24.9٪ ويأتي بعدها الصحف والمجلات العالمية في المرتبة الثانية بنسبة 20٪ وجاءت في المرتبة الثالثة شبكة المراسلين بنسبة مئوية 13.5٪ ثم وكالات الأنباء

العربية بنسبة 13.3٪ وحازت المرتبة الخامسة المصادر غير المحددة بنسبة 12.5٪ أما الصحف والمجلات العربية فقد نالت المرتبة السادسة بنسبة مئوية 10.5٪ ثم المواقع الإلكترونية بنسبة 2.7٪ وأخيراً وسائل الإعلام الأخرى بنسبة 2.6٪.

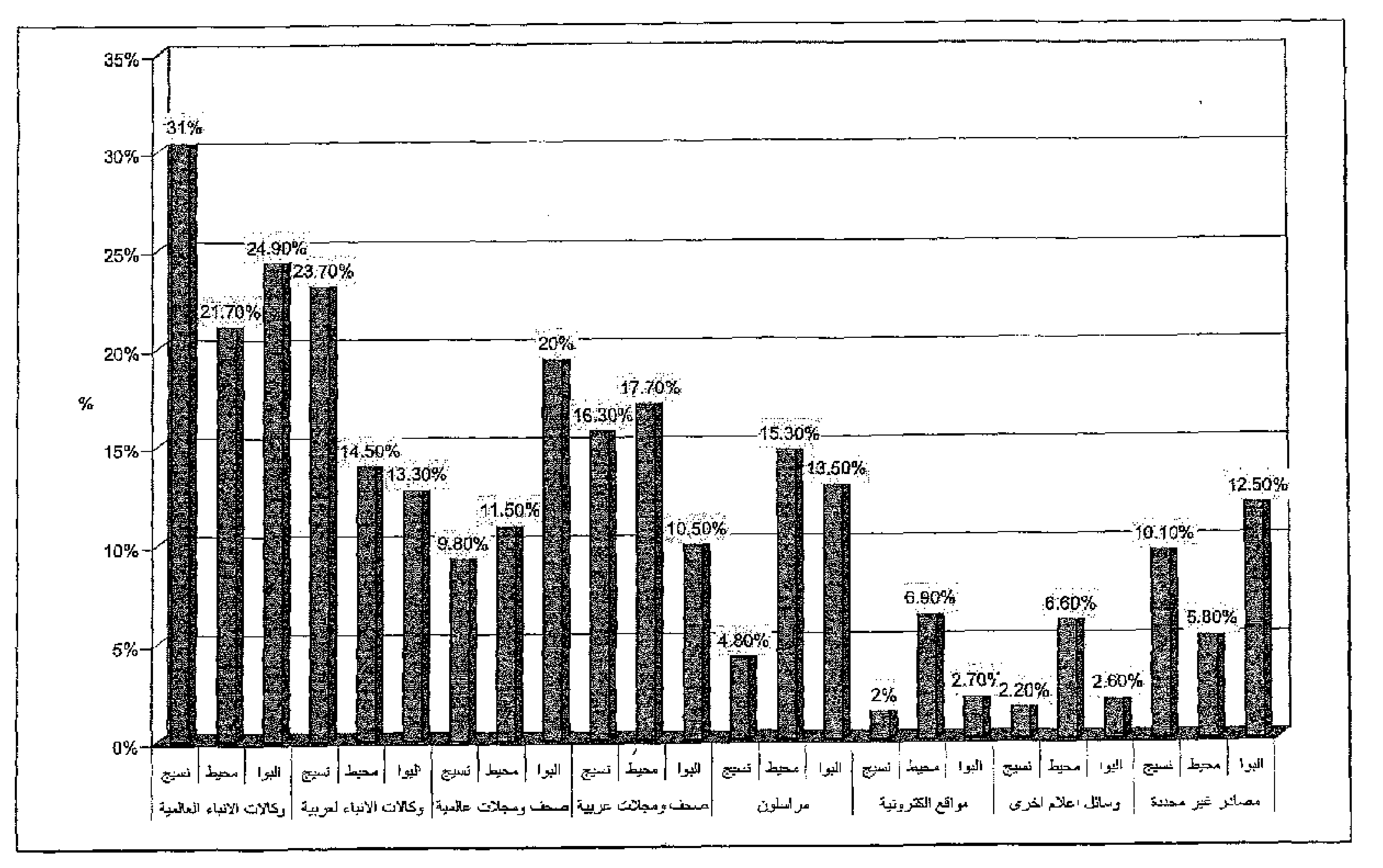
وبذلك تختلف معدلات نسب الاعتماد للبوابات المبحوثة على المصادر الإخبارية كما ظهر في نتائج البيانات السابقة في الجدولين (4-58) و(4-59)، إلا أن هذه النتيجة تتفق في أن وكالات الأنباء العالمية هي المصدر رقم واحد في مصادر الأخبار في البوابات الإلكترونية - عينة الدراسة -، وبخاصة ما أشارت إليه نتائج جدول رقم (4-59) بينما توزعت النسب الأخرى على بقية المصادر، وإن كان هناك توجه واضح للاعتماد على المصادر العربية من وكالات وصحف ومجلات، وكذلك اتجاه بوابات الدراسة لتنمية مصادرها الخاصة أي شبكة المراسلين بعدما حققت مراتب جيدة قياساً إلى معدلات المصادر الأخرى.

جدول رقم (4-59)

المصادر الإخبارية في كل بوابة منفردة

اسم البوابة	وكالات أنباء العالمية		وكالات أنباء العربية		صحف ومجلات عالمية		صحف ومجلات عربية		المراسلون		مواقع الكترونية		وسائل إعلام أخرى		مصادر غير محددة		المجموع	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
نسيج	588	٪31	449	٪23.7	184	٪9.8	308	٪16.3	91	٪4.8	38	٪2	43-	٪2.2-	193	٪10.1	1894	٪100
محيط	613	٪21.7	411	٪14.5	325	٪11.5	497	٪17.7	327	٪15.3	196	٪6.9	189	٪6.6	164	٪5.8	2822	٪100
البوابة	421	٪24.9	224	٪13.3	340	٪20	177	٪10.5	228	٪13.5	47	٪2.7	44	٪2.6	211	٪12.5	1692	٪100
المجموع	**1622**		**1084**		**849**		**982**		**746**		**281**		**276**		**568**		**6408**	

شكل (4-59) المصادر الإخبارية في كل بوابة منفردة



المبحث الثالث
نتائج التحليل النوعي للدراسة

أولاً: أدوات الوصول الإلكتروني إلى المعلومات والأخبار:

سعت البوابات الإلكترونية لتكون نافذة على ما تتيحه الإنترنت من معلومات وخدمات ومواقع بحيث تُمَكِن مستخدم الإنترنت من الوصول إلى المادة الإعلامية والإخبارية والمعلومات المختلفة المؤرشفة داخل البوابة، وكذلك الوصول إلى عدد كبير من المواقع التي تقدم الخدمات الإخبارية فضلاً عن ما تعرضه هذه المواقع من خدمات معلوماتية متنوعة (تثقيفية، ترفيهية، تعليمية، تجارية، وغيرها)، والتي يُمكن أن تُسْهِمَ في إحاطته بالأحداث والتطورات على مختلف الأصعدة المحلية منها والعربية والعالمية، كما يُمكن أن تُطَورَ معلومات ومهارات مستخدم الإنترنت، وجعله على إطلاع بكل ما هو جديد. ومفيد عن طريق شبكة من الخدمات والمعلومات التي يتم تحديثها وتجديدها.

وبالنتيجة قد يؤهل ذلك البوابات الإلكترونية لتأسيس بنوك للمعلومات فضلاً عن دورها في تقديم الخدمات الإخبارية.

فقد حرصت البوابات الإلكترونية على توفير الأدوات التقنية للوصول الإلكتروني إلى المعلومات والأخبار عن طريق:

1- محركات البحث في الأرشيف الإلكتروني الخاص بها، وبإتاحتها الفرصة أمام القارئ للبحث في الأخبار المؤرشفة والمواد الصحفية التي سبق عرضها.

وقد تميزت محركات البحث في أرشيف المواد السابقة الخاصة ببوابة نسيج، قياساً إلى محيط والبوابة بإمكانية البحث وفقاً للمدة أو القسم والموضوع الذي تحدده رغبة القارئ وحاجته وتخصصه في البحث عن مواد وأخبار القسم الذي تظهر فيه مع إمكانية البحث عن مواد وأخبار الأقسام الأخرى في البوابة.

2- محركات البحث للوصول إلى المعلومات والأخبار في مواقع الإنترنت وهنا أشارت نتائج الجدول رقم (4-2) إلى تفوق بوابة البوابة بنسبة (50٪) تلتها بوابة نسيج ثم بوابة محيط التي سجلت الدراسة إمكانية البحث عن المعلومات في الإنترنت تتم عن طريق الارتباط بموقع بنك المعلومات العربي والتي تُتَاح عن طريق خدمة الاشتراك بالموقع المذكور، وبذلك سُجِلَتْ هذه الملاحظة في غير صالح بوابة محيط.

وسجلت الدراسة نجاح بوابة محيط في المرتبة الأولى فيما يتعلق بمعدل الوقت المُسْتَغْرَق لفتح الأخبار تلتها بوابة نسيج ثم بوابة البوابة.

أما فيما يخص معدل الوقت المُسْتَغْرَق لفتح الأخبار في محركات البحث الخارجي أي البحث في الإنترنت فحققت بوابة محيط أيضاً المرتبة الأولى وعادت بوابتا نسيج والبوابة لاحتلال المرتبة السابقة ذاتها.

كما سجلت الدراسة فاعلية نتائج البحث باعتماد عدد النتائج التي تحققتها محركات البحث في الأرشيف الإلكتروني لبوابة محيط المرتبة الأولى وبنسبة (65.9٪) تلتها بوابة البوابة ثم بوابة نسيج.

وعلى مستوى فاعلية نتائج البحث باعتماد عدد النتائج التي تظهرها محركات البحث للوصول إلى المعلومات والأخبار في الإنترنت حققت بوابة البوابة المرتبة الأولى بنسبة 68٪ إذ أنها توفر محركي بحث أحدهما في نسختها باللغة العربية والآخر في نسختها باللغة الانكليزية، وتلتها بوابة نسيج ثم بوابة محيط.

وبذلك قد تكون سرعة عملية البحث وفاعليتها تُسَهِلُ فرصة الوصول إلى الأخبار والمواد الصحفية والمعلومات الأخرى، ومن ثمَّ الإفادة منها من قبل القارئ أو المحرر في أثناء إعداد مادته مما يمكن أن يُشَكِلَ دعماً وفاعلية للتحرير.

3- الأدلة العامة والمتخصصة والروابط والوصلات إلى المصادر الخارجية من معلومات وأخبار والتي تقود إلى العديد من المواقع في الإنترنت منها روابط إلى مواقع وسائل الإعلام أو الشبكات الإخبارية ومواقع الصحف والمجلات وروابط

إلى المواقع الحكومية أو التعليمية أو مواقع الألعاب ومواقع الإعلان والتسويق الإلكتروني وغيرها من المواقع التي احتضنتها البوابات الإلكترونية.

وهنا انحصرت المقارنة بين بوابتي نسيج التي حققت المستوى الأعلى في نجاحها في توفير الأدلة العامة والمتخصصة ولعل من أبرزها أدلة الجوال التي تُقْدَم عن طريقها الخدمات الإخبارية والروابط إلى المواقع ثم تلتها بوابة البوابة، التي تميزت بتوفير الأدلة العامة والمتخصصة لكل دولة عربية وعالمية. إلا أن بوابة محيط فشلت (إلكترونياً) في تحقيق أي نسبة تذكر كما أشارت نتائج الجدول رقم (4-7).

4- سجلت الدراسة تكرار فشل بوابة محيط (إلكترونياً) في تسجيلها نسبة مئوية فيما يتعلق بتوفير أحد الأساليب الحديثة في آلية البحث عن المعلومات ونعني بها استضافة المواقع التي نجحت بوابة نسيج في تحقيق المرتبة الأولى أيضاً وتلتها بوابة البوابة.

وعلى الرغم من أن المشرفين في بوابة محيط أشاروا إلى أنها البوابة الرئيسة الرائدة في الوطن العربي على الإنترنت [157]، إلا أن غياب أحد أهم الميزات التي تُصَنَف عن طريقها البوابات الإلكترونية على أنها بوابة ألا وهي احتضانها وإستنبطانها للمواقع عن طريق الروابط والوصلات الخارجية إلى مواقع الإنترنت الأخرى، يقود إلى القول: أن ذلك يشير إلى بطء بوابة محيط في الإفادة من الإمكانيات المتاحة في الانترنت، على الرغم من تأكيد المشرفين على بوابة محيط على إدراج ذلك في خطة التطوير القادمة للموقع كما أشارت الدراسة سابقاً [158].

ثانيا: الخدمات التي تقدمها البوابات الإلكترونية إلى جانب المواد الإعلامية ـ الخدمات الإعلامية ـ

اعتمدت البوابات الإلكترونية الأساليب الحديثة في تقديم الخدمات والتي تناسب البيئة الإلكترونية، إذ قامت البوابات على تقديم خدمات مختلفة وجديدة لتجذب القارئ، وهي ما يمكن أن يُطلق عليها الخدمات الإعلامية، لاسيما عن

طريق الروابط التي تقود إلى المواقع خارج البوابة أو ما توافر منها في البوابة نفسها، والتي توزعت كما ظهرت في الجدول رقم (4-9)، إلا أن نتائجه أشارت - بقوة - إلى وجود تباين في تقديم الخدمات إلى جانب المواد الإعلامية بين البوابات الإلكترونية وبوابة محيط هي سبب هذا التباين والاختلاف، وقد رصدت الدراسة جوانب القصور في الخدمات الإلكترونية التي تقدمها بوابة محيط، وتوصلت إلى أن ذلك يعود إلى أن محيط افتقدت الروابط والوصلات الخارجية، وقد أثبتت نتائج الجدول نفسه أن تفوق البوابات الإلكترونية التي أحرزت أعلى معدلات في توفير روابط ووصلات خارجية إلى مواقع الإنترنت [159]، هي التي حققت أعلى معدلات في توفير الخدمات الإعلامية والتنوع الملحوظ في تلك الخدمات والحصول على المعلومات والخدمات الإخبارية، كما وتحتوي كل خدمة مجموعة من المواقع التابعة لها، ولعل أهمها خدمة الوصول إلى البريد الإلكتروني والخدمات الإخبارية في القوائم البريدية، وخدمات المجموعات الإخبارية وتوفير الخدمات الإخبارية عبر الهواتف النقالة، والتي تقدمها العديد من المواقع لاسيما المواقع الإلكترونية الإعلامية، كخدمات إخبارية متميزة، وبخاصة أسلوب إرسال الأخبار العاجلة أو (النشرات الإخبارية الدورية) بالبريد الإلكتروني لمئات وآلاف المستخدمين في اللحظة نفسها (القائمة البريدية)، أو تقنية إرسال الأخبار أو الإشعارات عن طريق الرسائل القصيرة للهاتف المحمول (SMS) نت موبايل للأشخاص الذين لا يجدون وقتاً لمشاهدة التلفزيون أو الاستماع إلى الراديو أو تصفح المواقع الإلكترونية الإخبارية.

ثالثاً: التفاعلية والمشاركة:

كشفت الدراسة أن البوابات الإلكترونية تفاوتت في استثمار التقنيات التفاعلية المتاحة في الانترنت لتوفير المعلومات والخدمات الإخبارية للقارئ، مما يسمح للقارئ الإحاطة بتفاصيل الأحداث والقضايا المختلفة، فضلاً عن كونها من الأساليب التي تمكنه من الإضافة للموقع، والسرعة في الحصول على المعلومات والأخبار عن طريق العناصر التفاعلية التي شملت:

1- تعليقات وآراء القراء الإلكترونية.

استخدمت بوابتا محيط والبوابة إمكانيات الوسائط التفاعلية في التواصل مع القراء ووفرت للقارئ إمكانية إضافة الآراء التفاعلية مع النص الإخباري.

فقد أتاحت للقارئ مناقشة الأخبار والتعليق عليها وإبداء الآراء حول القضايا التي يمكن أن تُثيرَ اهتمامه.

وقد حققت بوابة محيط الحضور الأقوى في توفير الوصلات التفاعلية للقراء وتقدمت بنسبة 66.6٪ وكانت من أبرز الوصلات التفاعلية التي أتاحتها محيط والتي نُشرتْ بتأريخ 15/ 2/ 2008 والتي حققت أعلى معدل للتعليقات وآراء القراء في شهر شباط/ 2008، والتي بلغت (261) رأياً وتعليقاً(*)(160)، بعنوان: (بطل إفريقيا، أرسل تهنئتك للمنتخب المصري) تلتها بوابة البوابة ومن أهم الوصلات التفاعلية في بوابة البوابة التي حققت 168 تعليقاً ورأياً والتي تُمثلْ أعلى معدل في شهر شباط أيضاً(161)، هي المقالة السياسية التي نُشِرتْ بتأريخ 6/ 2/ 2008 في نسختها باللغة الإنكليزية تحت عنوان: (Don't mess with Nasralah credibility) وغياب واضح لهذه الميزة في بوابة نسيج، كما أوضحت النتائج في الجدول رقم (4-10).

2- اختلفت أساليب البوابات الإلكترونية في تقديم استطلاعات الرأي، فاكتفت بعضها بتقديم (4-4) استطلاعات في أثناء شهر العينة الزمنية للدراسة كما في بوابة البوابة، وحققت نسبة مشاركة للقراء 2.4٪ بينما قدمت بوابتا محيط ونسيج أكثر من استطلاع في موضوعات متعددة، كما أشار الجدول رقم (4-11) فقد قدمت محيط (52) استطلاعاً وبنسبة مشاركة 92.3٪ والتي توزعت على كل قسم من أقسام البوابة وتتصل موضوعات الاستطلاع بمضمون القسم الذي تظهر فيه، على سبيل المثال الاستطلاع الذي نُشر بتأريخ 16/ 3/ 2008 في قسم (ثقافة) بعنوان (ما رأيك بوثيقة تنظيم البث القضائي العربي؟) وهكذا في بقية أقسام بوابة محيط. في حين تسمح بوابة نسيج للقارئ بإضافة التعليقات على نتائج الاستطلاعات التي

تُنشرُ والتي بلغت (12) استطلاعاً وبنسبة مشاركة 5.3٪ مع إمكانية اقتراح موضوع أو استبيان، ومنها الاستطلاع الذي جاء تحت عنوان (الجبرين: العودة تعجل وإحصاءات الطلاق غير دقيقة) والذي نَشِرَ خبراً وطُرِحَ للمناقشة بتأريخ 25/ 4/ 2008 والذي حظي بمشاركة متميزة بلغت (152) وآثار ردود أفعال القراء وآرائهم حول الموضوع والذي أثاره أحد أساتذة الجامعات السعودية.

أما في بوابة البوابة فإن موضوعات الاستطلاع الأسبوعي في قسم (صحتك وجمالك) تأخذ طابعاً خاصاً بمحتوى القسم المتعلق بقضايا المرأة والمجتمع.

وبشكل عام كانت موضوعات الاستطلاعات في البوابات الإلكترونية تدور حول تطورات الأحداث السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الرياضية لاسيما على مستوى الشؤون العربية تحديداً وكان معدل إستمرار الاستطلاعات هو (8) أيام مما يُظهر أنها أتسمت بالتجديد ومواكبة الأحداث.

كما في الاستطلاع الذي عُرِض في بداية حملة الانتخابات الأمريكية في محيط والذي حقق أعلى مشاركة بآراء القراء أثناء مدة الدراسة وعلى مستوى البوابات المبحوثة مجتمعة والتي بلغت (7574) مشاركة وكان بعنوان: (هل تثق بوعد بوش بإقامة دولة فلسطينية قبل رحيله عن السلطة)، أو الاستطلاع الذي نُشر تزامناً مع عقد مؤتمر القمة العربي في دمشق، والذي عُرِض كما هو السياق الذي تتبعه بوابة نسيج خبراً، يثريه القراء بانطباعاتهم وآرائهم التي تكون أحياناً أقرب إلى المقالات الصحفية. لعل أهمها ما ورد في مشاركة يوم 25/ 3/ 2008. ولاحظت الباحثة[162] ن محيط تنشر نتائج بعض الاستطلاعات في خبر تغطي فيه تفاصيل الموضوع وما رافقته من تطورات منها على سبيل المثال الخبر المنشور تحت عنوان (قراء «محيط» القاهرة لن تثأر من أمريكا لقتل البمبوطي)، مما قد يعكس حرصها على تواصل القراء مع الأحداث ومستجداتها والحصول على المعلومات المرتبطة بها.

3- انحصر تقديم استبيانات الرأي في قضايا مختلفة بين بوابتي نسيج التي حققت مشاركة متميزة للقراء في استبيانات الرأي والتي كانت تدور حول الأحداث الرياضية بشكل خاص. إذ بلغت مستوى متقدماً وبنسبة مئوية 93.6٪ تلتها بوابة البوابة بنسبة 6.4٪ وكان من أهم الاستبيانات التي طُرحت حول الأوضاع في قطاع غزة والذي أستمر ثلاثة أشهر تزامناً مع تطورات الأحداث في غزة الفلسطينية وعُرض تحت عنوان: (من المسؤول عن الوضع المأساوي في غزة؟).

4- وقد نجحت اثنتان من البوابات الإلكترونية في تسجيل الحضور فيما يتعلق بتقديم المدونات الإلكترونية وكانت بوابة البوابة قد حققت الحضور الأقوى واستخدام لمزايا التفاعلية على مستوى المدونات في مختلف موضوعاتها، سواء المدونات التي أتاحت عن طريقها الخدمات الإخبارية أو المعلومات أو الموضوعات الأخرى، وتلتها بوابة نسيج، وافتقدت بوابة محيط هذه الميزة التفاعلية (الكترونيا) في عدم تقديمها.

5- قدمت بوابة البوابة مستويات عالية من التفاعلية وتلتها بوابة نسيج عن طريق توفير المنتديات الإلكترونية والتي تُمثِلُ أسلوباً حديثاً أيضا للوصول إلى المعلومات والأخبار.

وكانت وسيلة تمكن القارئ من إضافة المعلومات ومساحات ونوافذ تسمح للقارئ بتسجيل ملاحظاته في الموقع، كما أن المنتديات تزيد من التفاعل بين القراء (Reader to Reader) وتمثل فرصة للاندماج بين المشتركين عن طريق تبادل المناقشات الحرة فضلاً عن المعلومات والموضوعات الإخبارية التي تقدمها، فهي ليست قليلة المعلومات ولكنها ساحة للحوار الفاعل والمشاركة المختلفة وغابت خدمة المنتديات الإلكترونية عن بوابة محيط.

ولعل من أهم الأخبار التي تم تقديمها وتبادلها في المدونات والمنتديات هي: الجزيرة تعتذر عن بذاءات (وفاء سلطان) وخطاب القذافي في مؤتمر قمة دمشق والوضع المأساوي في قطاع غزة، وخبر الإضرابات في مصر، فضلاً عن الأخبار التي

دارت حول تأزم الوضع السياسي في لبنان وتطورات الأحداث في العراق لاسيما في شهري آذار ونيسان 2008.

وقد بلغت عدد الموضوعات السياسية التي تم تقديمها وتبادلها في المنتديات والمدونات الإلكترونية (6240) موضوعاً في بوابة البوابة و(4321) موضوعاً في بوابة نسيج، في حين بلغ عدد الموضوعات الأخرى (36154) موضوعاً[163].

وفي ضوء التقنيات التفاعلية الحديثة التي وفرتها البوابات الإلكترونية، تخلص الدراسة إلى أن الثقافة الإلكترونية تتسم بتنوع مراكز الثقافة والمعرفة، وبطوفان إخباري ومعلوماتي لا حدود له وبظهور نظام للتلقي والإحاطة بالأخبار والمعلومات وتخزين للثقافة والمعرفة، كما أن قوام هذه الثقافة هو حرية وإمكانية الالتقاء الميداني في الفضاء الإلكتروني في إطار قيم أساسية هي الاستقلالية الذاتية، والانفتاح على الآخر، وحضور البُعدْ الكوني.

ثانيا: خصائص الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية

1- الفنون الصحفية المستخدمة في البوابات الإلكترونية

حافظت البوابات الإلكترونية – عينة الدراسة – على طابعها الإخباري، فسيطرت الأخبار والتقارير على المواد الصحفية والتحريرية فكانت النسبة للأخبار 86٪ وللتقارير (6٪).

وهو ما يعكس الحضور الإلكتروني الأقوى للبوابات، والذي قد يعود إلى الطبيعة الإخبارية والإعلامية للبوابات الإلكترونية التي تحرص على مواكبة الأحداث وتقديم الخدمات الإخبارية لتغطيتها.

كما تتجه البوابات في الغالب إلى تقديم التحليلات وخلفيات الأحداث عن طريق الاهتمام بالمقالات الصحفية وبنسبة (4.9٪) والتحقيقات الصحفية بنسبة (1.8٪) ثم الحوارات الصحفية بنسبة (1.2٪) وأخيراً الإعلانات التي جاءت بمستوى أدنى من الاهتمام قياساً إلى إجمالي الفنون الصحفية الأخرى وبنسبة 0.1٪.

إذ يهدف قسم الأخبار في البوابة بالدرجة الأولى توفير خدمة التغطية الإعلامية الموضوعية والشاملة للأحداث في منطقة الشرق الأوسط، سواء لجهة الأخبار والتحليلات والمقالات التي تقترب من اهتمامات الجمهور المُستَهْدَف وهو الجمهور في منطقة الشرق الأوسط أو المرتبط بالمنطقة من المغتربين العرب في أنحاء العالم، وأيضاً الجمهور القارئ باللغة الإنكليزية، وهي تعتمد في ذلك على مصادر متعددة.

وتقدم المضامين التحريرية في صيغ أخبار قد تكون عاجلة أو مختصرة، بحسب طبيعة الحدث، ثم تقدم تغطيات أكثر توسعاً سواء عبر أشكال التقرير والتحقيق المطول، وتتبع ذلك التحليلات والمقالات وسواها من الأنماط الصحفية التقليدية[164].

والوظيفة الإخبارية لبوابة نسيج هي تقديم محتوى هادف يثري فضاء الإنترنت العربي بمادة قيمة تفيد المستخدم وتقدم له المعلومة دون تلوين أو توجيه، ويراعي في تقديم المعلومة جملة عناصر، هي الحداثة، الجدة، والمعلومة الهادفة التي تثقف وتنشر الوعي دون إسفاف.

وهي تقوم بوظيفتها الإخبارية، عن طريق المتابعة الدائمة لكل ما يستجد من أحداث، وعن طريق مصادر المعلومات المتاحة بداية من وكالات الأنباء ومواقع الإنترنت والمراسلين.

وترتكز الطبيعة الإخبارية لبوابة نسيج في التغطية الشاملة للأحداث، والحيادية في تناولها، مع مراعاة البعد الإسلامي والتقاليد العربية، وتحرص نسيج أيضاً على توعية المستخدم وتجنب الإثارة في تغطيتها الإخبارية للأحداث والابتعاد عن الصور المُبتذلة أو ما يُنافي الأعراف والتقاليد.

وهي تقدم كل ذلك عن طريق العديد من المضامين والأشكال التحريرية، التي تشمل الخبر والتقارير والمقالات والتحقيقات والحوارات الصحفية [165].

ويختصر رئيس تحرير بوابة محيط بوصفه طبيعة الوظيفة الإخبارية للبوابة وكيف تقوم بها، عن طريق انتقاء الأخبار التي تستقطب الجمهور وعرض تغطية شمولية

للأحداث لحظة بلحظة ومتابعة كل ما يحدث في العالم والوطن العربي مع تركيز على أحداث المجتمع المصري وذلك لوجود موقع بوابة محيط في مصر [(166)].

ولاحظت الباحثة[(167)] أن البوابات قد حرصت على وضع عدد كبير من الأخبار في صفحاتها الرئيسة، مما يسمح للقارئ الإحاطة بأهم الأحداث والقضايا التي تدور حولها الأخبار التي تعرضها البوابات، وضمنت مواقعها أنماطاً مختلفة من الأشكال والمضامين التحريرية والأنواع الصحفية، ومثلما ركزت البوابات على تقديم الأخبار كذلك أقترن ذلك باهتمامها بالتقارير الصحفية التي ترتكز على مُسْتَجَدَات الأحداث في المنطقة العربية أو على الساحة الدولية وتقدم تغطية شاملة لتفاصيلها وخلفياتها وربما تكون أهمها الأحداث في العراق وفلسطين ولبنان وتفاصيل التحضير لعقد مؤتمر قمة دمشق ووقائع انعقاده فضلاً عن تسليط الأضواء على بداية حملة الانتخابات الأمريكية، إذ ظهرت في أثناء الدراسة متابعة مستمرة لمستجدات الأوضاع فيها ونقل تطوراتها وتركيز على الشأن الفلسطيني في أخبار وتقارير بوابة البوابة، وأفردت بوابة محيط ملفاً خاصاً لتطورات حملة الانتخابات الأمريكية والإحاطة بكل تفاصيلها، واهتمام واضح بانعقاد مؤتمر القمة العربي في دمشق وما رافقه من تداخلات ومواقف حملتها التغطية الإخبارية في بوابة نسيج.

وقد يعود ذلك إلى قدرة البوابات على المجاراة المستمرة للأحداث من حيث التركيز الشديد على الأخبار والتقارير وهو الاتجاه السائد في الصحافة الإلكترونية في العالم.

2- **حظيت الشؤون العربية بأهمية تقدمت فيها على الشؤون العالمية،** فقد أفردت البوابات عناوين عديدة للقضايا العربية، كانت الدراسة قد أشارت إليها في الصفحات السابقة[(168)]، إذ حاولت البوابات تأكيد هويتها العربية في فضاء الإنترنت العالمي، وإن كان هناك كما لاحظته الدراسة، تركيز على الشؤون السعودية في بوابة نسيج ربما يعود إلى أن المقر الرئيس لبوابة نسيج يقع في السعودية، كما أن الشركة المالكة لها تحمل الهوية السعودية، كما ركزت محيط في

كثير من الأحيان على تغطية إخبارية لأحداث المجتمع المصري وهذا أيضاً أسبابه قد ترتبط بوجود المقر الرئيس لمكتب تحرير محيط في مصر ورئيس مجلس إدارتها رجل الأعمال المصري (محمد عليوة) الذي يشرف في الوقت نفسه على موقع بنك المعلومات العربي.

اهتمام بوابة البوابة بالقضية الفلسطينية قد يعود كذلك إلى أن رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير هما من الإعلاميين الفلسطينيين يحملان الجنسية الأردنية فضلاً عن وجود مقرها الرئيس في العاصمة الأردنية عمان.

وكذلك لاحظت اهتمام متميز بأخبار دول العالم الإسلامي في بوابتي محيط ونسيج، وقد أفردت أقسام وعناوين خاصة بذلك.

3- **التقارير الإخبارية** حازت على اهتمام أكثر من تقارير الرأي في البوابات فيما عدا بوابة البوابة التي اهتمت بتقارير الرأي ويلاحظ القارئ أن تقاريرها تتصدر عناوين صفحاتها الرئيسة والداخلية، كما يستمر نشرها لمدة قد تتجاوز الأربعة أشهر كما في التقرير الذي نُشر في نسختها باللغة الإنكليزية تحت عنوان (Another "side" of the ugly Israel occur exposed). بتأريخ 4/ 2/ 2008 واستمر لغاية 30/ 8/ 2008.

4- **جاءت المادة الإخبارية المتعلقة** بالموضوعات السياسية في الترتيب الأول من حيث مستويات الاهتمام بموضوعات الأخبار والتقارير الصحفية وهذا ما يعكس غَلبةَ الطابع السياسي للتغطية الإخبارية في البوابات، كما أن هيمنة الموضوعات السياسية قد يرجع إلى المناخ السياسي المتداخل للأحداث في العالم عموماً والمنطقة العربية بشكل خاص.

وعلى الرغم من سيطرة الأخبار والتقارير السياسية، إلا أن البوابات حاولت تقديم مادة إخبارية منوعة تجمع بين الشؤون السياسية والاقتصادية والشؤون الثقافية والفنية فضلاً عن تقديم تقارير رياضية متميزة حازت فيها الأحداث الرياضية على المستوى العربي والعالمي وهو ما أشارت إليه النتائج السابقة [169].

لقد أفردت كل بوابة أقساماً متخصصة في الشؤون الرياضية، فبوابة البوابة تعرض يومياً أخباراً وتقارير رياضية عربية وعالمية وقد لاحظت الباحثة[170] اقتصار تغطيتها في صفحاتها باللغة العربية فقط، كما رصدت الدراسة تفوّق ملحوظ لعدد الأخبار والتقارير الرياضية العالمية على تغطية الفعاليات الرياضية العربية.

أما فيما يتعلق بنسيج الرياضية فما يُلفتْ الانتباه وجود توازن فيما بين التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية السعودية والعربية والعالمية، فيما ركزت محيط بشكل واضح على الأخبار والأحداث الرياضية المصرية إلى جانب العربية والعالمية.

ورصدت الدراسة أخباراً وتقارير اقتصادية عَنيتْ بتطورات الأوضاع الاقتصادية العربية عموماً مع اهتمام باقتصاد دول الخليج العربي والشرق الأوسط بشكل خاص كما عرضتها بوابة البوابة في صفحاتها العربية والإنكليزية وعلى الموقع المتخصص بالشؤون الاقتصادية الذي يقدم تغطية عن أخبار الأعمال والاقتصاد، كما يوفر فرصة للإطلاع على أخبار الشركات العربية والمنظمات الدولية، ويعرض خدمة الرسائل الإخبارية المتعلقة بأعمال الشرق الأوسط والتي تُرسل إلى آلاف المشتركين.

ولاحظت الباحثة[171] أن الأخبار والتقارير التي تُعرضْ هنا لا يُشار إلى مصادرها الصريحة في أغلب الأحيان.

كما تغطي محيط أخبار وتقارير الاقتصاد العالمي والعربي مع اهتمام خاص بشؤون الاقتصاد المصري، في قسم متخصص يسلط الضوء على تفاصيل الأنشطة الاقتصادية كافة، في حين اقتصرت نسيج ذلك في عنوان من عناوين أخبارها في نسيج الإخبارية.

أما أخبار وتقارير الثقافة والفنون حظيت أيضاً بتغطية واسعة للفعاليات الثقافية والفنية إذ خصصت لها كل بوابة قسماً متخصصاً يحمل عناوين رئيسة وفرعية واقتصرت على تغطية الجانب الثقافي في بوابة نسيج في قسم نادي الكِتابْ.

5- رصدت الدراسة[172] مشاركة واضحة ومتميزة لمحرري محيط في كتابة التقارير الصحفية في حين كانت نسيج تعتمد على وكالة (القدس برس) في استقائها التقارير الإخبارية وتقارير الرأي، أما بوابة البوابة فأنها اعتمدت أسلوبين، الأول التقارير التي يكتبها محرروها، والثاني اعتماد أقلام أجنبية مع الإشارة والتعريف بكاتب التقرير، إلا أنها لم تُشرْ إلى مصادر تقاريرها في أحيان أخرى.

6- لاحظت الدراسة اهتمام البوابات بمادة الرأي والتحليل في المقالات الصحفية لاسيما المقالات السياسية، وقد كانت المقالات الصحفية في البوابات مجتمعة منقولة من صحف عربية: الخليجية والمصرية واللبنانية والأردنية والصحف العربية خارج الوطن العربي، إلا أن صحيفة الشرق الأوسط كانت الأكثر تداولاً بينها في البوابات مجتمعة، كما رصدت الدراسة حرص بوابتي محيط ونسيج على نقل مقالات تُكتبْ بأسماء معينة من كُتّابْ عرب وبخاصة مقالات صحيفة الشرق الأوسط، وقد تكون أحياناً أقلام غير عربية في بوابة البوابة، ويبدو أن ذلك قد يعود إلى السياسة الإعلامية والتحريرية التي تعتمدها بوابات الدراسة، والتي من المفيد الإشارة إليها عن طريق تصريحات المشرفين على البوابات الذين قالوا: (تقوم السياسة الإعلامية والتحريرية في بوابة البوابة على أسس المهنية الصارمة، ونحن إذ ذاك، نتبع نهج المؤسسات الإعلامية العريقة في العالم، وننهل من خبراتها فيما يتعلق بأخلاقيات العمل الصحفي وأهدافه ورسالته. فنحن لسنا طرفاً في أي نزاع، ولسنا مع أحد ولا نستهدف أحداً، وما يهمنا هو نقل الحقيقة والمعلومة الصادقة إلى المستخدمين، وبما يكفل أعلى درجة من الشفافية والصدقية التي تُمكن المستخدم من تشكيل رأيه وموقفه من الأحداث)[173].

ويضيف رئيس تحرير البوابة: (لسنا تبعاً لأية جهة ولا نتبنى فكر أي جهة أو طرف والمعلومة تكون محل تساؤلنا وسعينا للتحقق منها قبل بثها حتى لا نكون منبراً للترويج أو المس بالدول والأفراد وبما لا يتفق مع أسس المهنة).

وقريباً من هذه الثوابت في السياسة الإعلامية لمحيط التي تعتمد الاهتمام

بشؤون المنطقة العربية والإسلامية في الأساس ثم متابعة ما يجري في العالم من واقع الثوابت الإسلامية كما عبر عن ذلك رئيس تحريرها[174] الذي أضاف أيضاً: (نسعى أن نكون محايدين ولا ندخل في الخلافات التي تُفرق الأمة بقدر الإمكان دون تجاهل للأحداث)، وكذلك تتسم السياسة الإعلامية في نسيج[175] بالحرص على عدم نشر أي معلومة ما لم تكن موثوقة، فضلاً عن الحيادية في نشر المعلومات التي قد يبدو أنها القاسم المشترك للسياسات الإعلامية والتحريرية في البوابات الإلكترونية،(كما أشارت إليها تصريحات المشرفين عليها).

كما تجدر الإشارة إلى أن هذه السياسة الإعلامية والتحريرية ترتبطان بمعايير الممارسة الإعلامية التي تعتمدها وتلتزم بها بوابتا نسيج[176] ومحيط[177]، في حين يؤكد السيد بسام عبد الكريم رئيس تحرير بوابة البوابة[178]، على: (انه إلى الآن لم يتم إعداد صياغة مكتوبة «مدونة أسلوب» للبوابة، وهي لاتزال شفاهية نتعارف عليها في ما بيننا عبر النقاشات الحية والدائمة، والتي نخطط منذ أمد إلى وضعها في مدونة مكتوبة وأبرز المعايير التي تتضمنها مدونتنا الشفاهية ويلتزم بها الجميع هنا دون تقاعس تعتمد على الموضوعية والحيادية والإيجابية هذا طبعاً إلى جانب التزام المعايير الأخرى التي تعارف عليها المجال الصحفي كالأمانة والنزاهة والصدق وعدم التبعية والتلاعب، واحترام الجمهور وحقه في المعلومة وإبداء الرأي).

وتكشف إجابات المشرفين عدم وجود رؤية واضحة لمعايير الممارسة الإعلامية التي تعتمدها البوابات الإلكترونية.

7- بتحليل التحقيقات التي تعرضها البوابات ظهر اهتمامها بالتحقيقات الموضوعية لاسيما الاجتماعية منها التي تدور حول العديد من القضايا ذات البُعدْ الأخلاقي والتربوي، وكذلك قضايا الفساد الاقتصادي وتأثيراتها على مستوى المعيشة ومشاكل الفقر والبطالة في مصر فقد رصدت الدراسة تركيز محيط على مثل هذه الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والتي لاحظت الدراسة أنها كانت تحظى باهتمام القراء كما هو في التحقيق الذي نُشر في تأريخ 13/ 3/ 2008 تحت عنوان

«لمن يجرؤ فقط .. فاتورة حساب إنسان غلبان» والذي حاز على (717) تعليقاً والتحقيق الذي نُشر بتأريخ 21/4/2008 وتحت عنوان «اللقيط... يتيم صنعه البشر» والذي نال (550) تعليقاً، والسبب قد يعود لأهمية القضايا التي طرحها لدى الرأي العام المصري لعلاقته بالجانبين الاقتصادي والاجتماعي.

في حين اهتمت بوابة البوابة بالتحقيقات السياسية لاسيما المتعلقة بالشأن الفلسطيني وكان من أبرزها في أثناء العينة الزمنية للدراسة التحقيق الذي عُرضَ تحت عنوان «مواجهات عكا اختيار للتعايش اليهودي العربي» وآخر نُشر في نسختها الإنكليزية تحت عنوان «The ordeal of Mohammed Omar» إذ لاقى هذان التحقيقان معدلات مشاركة القراء أكثر من بقية التحقيقات في البوابة كما رصدت الدراسة ذلك في أثناء مدة الدراسة فالأول حقق (119) والثاني (120) رأياً وتعليقاً.

كما لاحظت الباحثة[179] أن بعض التحقيقات في نسيج كانت أقرب إلى التقارير الإخبارية منها إلى التحقيق اعتماداً على المفهوم النظري للتحقيقات الصحفية، وبخاصة التي كانت تُنقل من وكالة «القدس برس»، كما في التحقيق الذي نُشرَ بتاريخ 21/ 4/ 2008 وتحت عنوان (إحصائية: استشهاد 121 فلسطينياً في مارس يرفع شهداء العالم إلى 300)، خلافاً للتحقيقات التي كتبها وحررها الصحفيون في نسيج لاسيما مراسليها في بعض العواصم العربية والتي اهتمت بالشؤون الاجتماعية والسياسية بشكل خاص، كما هو على سبيل المثال التحقيق الذي عُرضَ تحت عنوان (الصينيون في إفريقيا) في تأريخ 13/ 3/ 2008.

8- لاحظت الباحثة[180] اهتمام أكثر في بوابة محيط بالحوارات الفنية وإن توزع اهتمامها بشكل متقدم على بقية موضوعات الحوارات إلا أن القضايا الفنية كان لها الحضور الأقوى، لكن بصفة عامة يُسجل لبوابة محيط ملاحقاتها للموضوعات الساخنة في القضايا كافة التي قد تُثيرْ الاهتمام أو بالأحرى قد تهم الرأي العام المصري.

ورصدت الدراسة أن البعد الإسلامي كان محور العديد من الحوارات الصحفية

في بوابة نسيج وإن تقدمت عليها الموضوعات ذات الطابع السياسي والتي تتداخل فيها القضايا الإسلامية في كثير من الأحيان.

9- ويبدو أن البوابات لا تجني نفعا عن طريق النشر على الإنترنت إذ كانت نسبة استخدام الإعلان الإلكتروني ضعيفة مما أثر على جانب تمويلها، الذي اعتمدت فيه على الشركات المالكة لها، ومن ثمَّ أنعكس على خطط تطويرها.

10- أما فيما يتعلق بتعدد الأبواب الإخبارية

بتحليل الأخبار التي تعرضها المواقع الإلكترونية التي تحتضنها البوابات الإلكترونية التي تُمَثِلْ روابطها الداخلية الرئيسة، فقد ظهر التركيز الشديد على الأخبار السياسية كما هو شأن موضوعات الأخبار الرئيسة وتلتقي مع المؤشرات التي أظهرتها البيانات السابقة[181] والتي تصدرت صفحات وأقسام البوابات التي تقدمت فيها الموضوعات السياسية التي تعرضها أخبار البوابات المبحوثة مع اتجاهها إلى تقديم مادة صحفية متنوعة لكن بنسب اهتمام أقل من المادة السياسية الأمر الذي يدعو إلى القول: إن ذلك قد يعكس الطابع الإخباري السياسي للبوابات.

كما حرصت على تأكيد اهتمامها بالشؤون العربية إلى جانب الشؤون المحلية لكل دولة عربية وكانت قد أفردت عناوين فرعية قدمت فيها تغطية إخبارية للأحداث والتطورات على الصعيد المحلي لكل دولة عربية واهتمام أقل بالقضايا العالمية.

11- المواد الإعلامية التي تحظى بتعليقات القراء:

وفرت البوابات الإلكترونية إمكانية التفاعل مع النص الإخباري والمواد الصحفية عن طريق إتاحة إمكانية التعليق على الأحداث والقضايا التي تناولتها المادة الإخبارية أو إضافة آراء ومعلومات إلى الموقع والتي ظهرت كرد فعل فوري وسريع منشور من قبل القارئ الذي يمكنه في بعض الأحيان أن يكتب المقال، مما يمكن القول هنا: أنها وفرت أدوات تُسَهِّلُ للقارئ إنتاج مادته وصياغة محتواها، وربما تكون قد أتاحت له المشاركة في التحرير، مما قد يعطي ميزة جديدة لنشر الخبر أو

المواد الإعلامية إلكترونياً عن طريق استخدام إمكانيات الوسائط التفاعلية في التواصل مع القراء.

وقد يكون استخدام هذه الأساليب الحديثة له تأثير في سهولة وصوله إلى الأخبار والمواد الإعلامية.

وقد أظهرت الدراسة تَقَدُّم التقارير الإخبارية بنسب اهتمام الجمهور عن طريق آرائهم وتعليقاتهم، ولعل من أبرز التقارير الإخبارية التي حظيت بأعلى مستوى من التعليقات التقرير الذي نُشرْ تحت عنوان (مصر تحاصر نفسها)في بوابة محيط بتأريخ 16/ 3/ 2008 والتعليق الذي رافقه والذي قد يكون أقرب إلى مقال صحفي وجاء تحت عنوان (إلى أين تصير مصر).

12- خصائص الأخبار:

أ- تقوم البوابات الإلكترونية بتحديث مضمونها الإخباري يومياً ولأكثر من مرة في اليوم الواحد، وتؤكد ذلك عن طريق التأريخ بالساعة والدقيقة للتحديث وإضافة الأخبار كما في بوابتي محيط والبوابة اللتين نجحتا في تحقيق الدرجات الأفضل في التحديث، مقابل بوابة نسيج التي تكتفي بالإشارة إلى تأريخ التحديث والتي كان حضورها في التحديث في المرتبة الثالثة.

وقد اتخذت زيادة الاهتمام في البوابات الإلكترونية بالتحديث الفوري للأخبار شكلين: ففضلاً عن الإشارة للتأريخ بالساعة والدقيقة أو التاريخ فقط، قامت باستخدام تقنية الشريط المتحرك للأخبار العاجلة أو خدمة الخبر العاجل.

وبصفة عامة لاحظت الدراسة أن البوابات الإلكترونية تقوم بتحديث أخبارها يومياً وتبعاً لتطورات الأحداث. كما رصدت الدراسة أن البوابة التي أحرزت أعلى معدلات مرات التحديث والسرعة في الوقت المُستَغرَق لإضافة الأخبار هي التي وفرت أعلى مستويات الآنية أو الفورية في نشر الأخبار مما يقود إلى القول: أنها وفرت أعلى مستويات الوصول الفوري للمعلومات والأخبار.

وقد رصدت الدراسة تغطية آنية وفورية لأحداث وقعت في أثناء مدة الدراسة منها: افتتاح مؤتمر القمة العربي في دمشق، العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة والتوغل الإسرائيلي في القطاع وخبر الهجوم الصاروخي على القنصلية الأمريكية في الحلة.

ب- قد تُشَكّلُ الآنية والسرعة في تقديم المادة الإخبارية والمعلوماتية وملاحقة الأحداث وتطوراتها سمة أساسية تُميز البوابات الإلكترونية الإعلامية فضلاً عما تُشَكّلَه من قيمة إخبارية مهمة تحرص البوابات الإلكترونية على إبرازها عند انتقاء الأخبار ثم نشرها وتقديمها للقارئ، وقد تضحى الآنية تميز صناعتها وثقافتها في بيئة الإعلام الإلكتروني.

ج- أتاحت البوابات الإلكترونية بدائل عدة للاختبار أمام القارئ عن طريق تقديم الأخبار والاستمرار في عرضها وبقائها في واجهة العرض في الصفحات الرئيسة لها أو الصفحات المتخصصة أو أقسام البوابات الأخرى والصفحات الداخلية فيها، وقد تراوحت مدة بقائها بين الساعة لاسيما أخبار الصفحة الرئيسة أو بعض أخبار الشريط الإخباري المتحرك فيما عدا أخبار شريط بوابة البوابة التي تستمر أكثر من ساعة أو يوماً في أحيان كثيرة كما لاحظته الدراسة.

وكذلك يمكن للقارئ أن يطالع الأخبار التي نُشرتْ قبل يوم أو أسبوع سواء في الصفحات المتخصصة أو بالنقر على (المزيد) لقراءتها مع أخبار أخرى مضي على نشرها شهر أو أكثر، وبذلك تكون البوابات قد أحاطته بأصل الحدث وتفاصيله وتطوراته في آن واحد، وبخاصة إذا كانت هناك تغطية مستمرة للحدث نفسه هذا من جانب، ووفرت للقارئ إمكانية متابعة الأخبار دونما حاجة للعودة إلى أرشيف البوابة من جانب آخر.

ورصدت الدراسة أن النسبة الأكثر من الأخبار هي التي تستمر في البقاء مدة تتجاوز الشهر، وبذلك قد تكون حققت تواصل القارئ مع الأخبار والأحداث، ولعل من أبرز الأخبار التي رصدتها الدراسة واستمرت مدة طويلة هو خبر منشور

في بوابة البوابة، كان قد نُشر في تاريخ 23/10/2007 تحت عنوان (Letter to Editor Journalism Economy).

د- نجحت اثنتان من البوابات الإلكترونية هما بوابتا محيط ونسيج في تقديم خلفيات للموضوعات والأشخاص المشاركين في الحدث، ومكنت القارئ من الوصول الإلكتروني إلى أخبار أو مقالات سابقة ذات علاقة بالموضوعات أو الأحداث المعروضة عن طريق إتاحتها الوصلات الإلكترونية الخارجية (Links) غير المدفونة في الخبر ووفرت له الإحاطة بتفاصيل لها علاقة بالخبر أو الأشخاص المشاركين في صنع الخبر أو الحدث إلا أن ما سجلته الدراسة أن هذه الوصلات قد تتطلب من القارئ الوقت الطويل لتصفحها وقراءتها، في حين يُتيحُ الربط الرقمي التشعبي سهولة وسرعة الوصول إلى الأخبار، فضلاً عن أن الدراسة لم ترصد ما يشير إلى عدد الوصلات المرتبطة بالخبر الأصلي ليتمكن القارئ من تحديد ما يرغب في قراءته منها.

13- الشكل الفني لكتابة الأخبار الإلكترونية:

لقد ضمنت البوابات الإلكترونية مواقعها أشكالاً متعددة من كتابة المحتوى الإخباري، فقد عرضت عناوين عريضة لتفاصيل داخلية، وعناوين وملخصات سريعة لروابط داخلية، واستخدمت المزيد من العناوين الرئيسة والفرعية، والجمل والفقرات القصيرة في الشكل الذي تضمنَ العنوان مع مقدمة مختصرة، أو ملخصاً قصيراً للخبر، كما تميزت بوابة محيط منفردة بتقديم الصور المتحركة مصحوبة بعناوين رئيسة للأخبار لعل أبرزها الخبر الذي جاء تحت عنوان (تسونامي، الأغنية الدينية، هل يرد على الرسوم المسيئة) بتأريخ 22/ 4/ 2008، وكذلك إنفراد نسيج باستخدام تقنية (خبر في صورة) وأهم ما لفت الانتباه هو خبر (أحداث شغب عمال المحلة في مصر) بتأريخ 11/ 3/ 2008.

وهذا ما يعني أن البوابات تتجه إلى تعدد أشكال كتابة الأخبار الإلكترونية

وتقديم المضمون الإخباري، مما يمنح الجاذبية والسرعة في إخبار القارئ فضلاً عن اختصار مضمون الخبر، الأمر الذي يُمْكِن أن يدفعه إلى الاستمرار في قراءة تفاصيل الخبر، عن طريق الاختصار والتكثيف في كتابة الأخبار الذي يكون أحد ميزاتها.

فضلاً عن ذلك قامت الباحثة باستطلاع آراء المشرفين على البوابات الإلكترونية حول موضوع الاختلاف في بناء وصياغة الأخبار في البوابات الإلكترونية عما هو في وسائل الإعلام التقليدية، إذ يرى السيد بسام عبد الكريم: (إن الاختلافات متعلقة بمسائل ليست جوهرية ولا تمس كثيراً الأسس المتعارف عليها في علم الصحافة، والتي يبني عليها الخبر والتقرير والتحقيق على أن المنتوج الذي يقدمه إعلام الإنترنت يتميز بتوفره للمستخدم في أي وقت يشاء وبأحجام هائلة قياساً بالإعلام التقليدي، كما أن الإنترنت توفر للقارئ ميزة الاختصار والتكثيف في كتابة الأخبار كما توفر له ميزة الجدة والآنية فضلاً عن التفاعلية والمشاركة التي تكاد تكون مقيدة إن لم تقل شبه معدومة في وسائل الإعلام التقليدية)[182].

ويضيف إلى ذلك السيد محمود شاهين[183]: (إن ذلك يرتبط بطريقة عرض المحتوى الإخباري)، و(ملاحقة الأحداث لحظة بلحظة) كما عبر عن ذلك رئيس تحرير محيط [184].

14- الشكل الفني لعرض المحتوى الإخباري:

أ- لقد أغفلت البوابات في مواقعها الإلكترونية استخدام عنصرين من العناصر البنائية الإلكترونية هما الوسائط المتعددة المتمثلة في الصورة والصوت والفيديو والرسوم ثلاثية الأبعاد، ولم تفد من النصوص الفائقة الإفادة المُثلى والاهتمام بالمُستَحْدَثات التكنولوجية لتدعيم الأخبار والشكل الفني في عرض المضمون الإخباري إلا في أضيق الحدود، واقتصرت هذه الإفادة في بوابتي محيط، ونسيج فقط.

وتخلصُ الدراسة إلى أن البوابات الإلكترونية مازالت ورقية، في طريقة عرضها للأخبار، ولم تحقق الاستثمار الكامل لجميع مزايا القيم المضافة بواسطة الإنترنت

والمزايا التقنية التي تتيحها، ويمكن تفسير ذلك بالمشكلات المادية التي تقابل تلك البوابات إذ أنها تتلقى تمويلها من شركات خاصة فضلاً عن أن ذلك قد يعود إلى عدم إقبال المعلنين على الإعلام الإلكتروني ومن ثمَّ افتقدت البوابات الإلكترونية وسيلة مهمة تدعمها مادياً وتُسْهِمُ في تطويرها.

وقد أشارت تصريحات المشرفين على البوابات الإلكترونية إلى ضعف عائد السوق (المعلنين)[185]، فضلاً عن المنافسة الشديدة ومواكبة التطور الفني في مجال بوابات الإنترنت [186]، وغياب مواثيق تحكم العمل الإعلامي الإلكتروني [187]، كأبرز المشكلات أو المعوقات التي تقف أمام الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية، لعل أهمها في مجال تدعيم الأخبار وطريقة عرضها عن طريق الإفادة من التقنيات المُسْتَحْدَثة وتطور البوابات الإلكترونية بصفة عامة.

وفي ضوء المشكلات التي تقف أمام تطور البوابات وطبيعة وظيفتها الإخبارية، ما هي تصورات المشرفين عليها لمستقبل السوق الإعلامية الإلكترونية وتطورها؟ وما هي العناصر السلبية والإيجابية التي تصاحب الإعلام الإلكتروني؟

أجاب رئيس تحرير نسيج [188]: (بأن مستقبل الإعلام الإلكتروني لا حدود له، لاسيما أنه مرتبط بالتطور التقني الذي لا يتوقف وفيما يتعلق بالعناصر السلبية اعتقد أنها ترتبط أساساً بالاستثمار فيه، لأنه يتطلب مواكبة سريعة ومتلاحقة للتطورات التقنية، وهو أمر لا يتسنى للكثير من الطامحين للاستثمار في هذا المجال، مما يركز المجال لدى الشركات الكبرى العملاقة التي تمتلك قدرات أكبر، وهذا يقود إلى هوية هذه الشركات وأهدافها وغير ذلك.

وقد يكون من المناسب مطالبة الحكومات والجهات الرسمية بالدخول في هذا الإعلام للاستفادة منه وفي الوقت ذاته لعدم ترك الساحة خالية أمام العمالقة القادمين من الخارج).

في حين يتوقع رئيس تحرير البوابة[189] (أن يحقق الإعلام الإلكتروني في

الوطن العربي قفزات هائلة وازدهاراً خلال السنوات القليلة المقبلة، بفعل اهتمام الناس أكثر به إلى جانب النمو السريع جداً في أعداد المستخدمين للإنترنت.

لكن الخشية من أن الانتشار غير المضبوط أو الملتزم بأسس وأخلاقيات متعارف عليها في ظل غياب مواثيق في هذا الصدد، ستؤدي إلى آثار سلبية قد يكون تداركها أمراً صعباً في المدى المنظور).

ويضيف إلى ذلك: (على أية حال تظل هذه إحدى السلبيات التي إذا كنا سنقيسها بالإيجابيات، فإننا يمكن أن نتقبل التعايش معها. فلا أحد ينكر أن إعلام الإنترنت كان له الفضل في كسر احتكار السلطات وسيطرتها وهيمنتها على وسائل الإعلام مما جعلها في مرحلة من المراحل ذات لون واحد لا يؤدي إلى التأثير المطلوب الذي قامت من أجله الصحافة كالتثقيف والتغيير والترفيه والتعليم).

وتعتقد الباحثة: إن هذه التصريحات لا تحمل تصورات واضحة عن مستقبل العمل الإعلامي الإلكتروني وأن الأوضاع الحالية للبوابات الإلكترونية العربية على الإنترنت تتطلب مزيداً من الدراسة والبحث، وقد تكون مثلما أشرنا إليه سابقاً بحاجة إلى تنظيم حلقة أو ندوة دراسية عن مستقبل البوابات الإلكترونية.

ب- لم تستفدْ البوابات الإلكترونية من تطبيقات الفيديو في عرض الأخبار، فيما عدا بوابة نسيج التي استخدمته في حدود ضيقة، لكن لم يكن حضور الفيديو فيها بالدرجة التي يوفر لها تفوقاً على البوابات الأخرى في استخدام أو إتاحة هذه التقنية.

ج- حرصت البوابات الإلكترونية على عرض الصور الصحفية المُعَبِّرَة عن حداثة المضمون الإخباري ومواكبة تطور الأحداث، إذ أشارت نتائج الجدولين (4-54) و(4-55) إلى أن البوابات أحرزت درجات عالية في استخدام الصور الصحفية الحديثة والمواكبة لتطور الحدث وآنيته وقد تكون أبرز الصور تعبيراً عن الموضوع الإخباري ونُطقاً بالمعنى وحداثة وقوعه ومواكبة لتطوره هي الصور التي مع خبر

«حالة استنفار قصوى في لبنان قبل المناورة الإسرائيلية بتأريخ 5/ 4/ 2008» و «11 زعيما يحضرون القمة العربية في دمشق» بتأريخ 20/ 3/ 2008 في بوابة نسيج، والصورة المعبرة عن خبر «في ليلة ذبح غزة» بتأريخ 29/ 4/ 2008 في بوابة محيط، وإن لاحظت الباحثة[190] تكراراً لبعض الصور في الإصدار الواحد للبوابات الإلكترونية، وفي المقابل ظهرت زيادة الاهتمام بالصورة، حين يُرفقْ مع التقرير الإخباري أو المقال أو التحقيق أو الحوار الصحفي عدد كبير من الصور قد تصل إلى أكثر من (12) صورة صحفية أحياناً.

وبصفة عامة يُمكنُ القول: إن البوابات الإلكترونية تمكنت من توظيف الصورة الصحفية في صياغة الأخبار ووصف أحداثها والاستخدام الصحيح لفن الصورة في صفحاتها وإدراك القيمة الاتصالية للصورة في استخدامها كأحد طرق عرض المحتوى الإخباري.

د- تتجه البوابات الإلكترونية لعرض مضمونها الإخباري عن طريق الإفادة من تقنية الشريط الإخباري المتحرك الذي كان يحملُ الأخبار في صفحاتها الرئيسة، فيما عدا بوابة البوابة إذ يُعرض الشريط في الصفحة المخصصة إلى تفاصيل الأخبار وأقتصر ذلك على نسختها باللغة العربية.

ومما يلفت الانتباه أن محيط والبوابة أتاحتا فرصة الإطلاع على تفاصيل الأخبار، فيما عدا نسيج التي أغفلت ذلك تحت أسباب عرضتها الدراسة سابقا[191].

وتميزت بوابة محيط بعرض أخبار الشريط المتحرك في كل قسم من أقسام البوابة والذي كان يحمل أخبار القسم الذي يظهر فيه.

وبصفة عامة يمكن القول: إن البوابات الإلكترونية وفرت اختياراً آخر أمام القارئ للتواصل مع الأحداث والإحاطة بتطوراته.

15- المصادر الإخبارية:

تمكنت البوابات الإلكترونية من تدعيم وتطوير مصادرها الإخبارية الخاصة إلا

أنها ظلت على درجة كبيرة معتمدة أو تابعة لوكالات الأنباء العالمية وإن كانت تخطو باتجاه الاعتماد على الوكالات والصحف والمجلات العربية.

وقد لاحظت الباحثة[192] أن أكثر المصادر الإخبارية تداولاً في البوابة كانت وكالة رويترز ووكالة أنباء فلسطين (وفا) ووكالة أنباء الشرق الأوسط والاندبندنت البريطانية وصحيفة الدستور الأردنية وموقع بانيت الإلكتروني.

أما في بوابة محيط فكانت أبرزها وكالة أنباء فرانس برس الفرنسية ووكالة كونا الكويتية، وصحيفة التايمز البريطانية وصحيفة الأهرام المصرية والبيان الإماراتية وكان لموقع قناة العالم حضور واضح في مصادر أخبار محيط.

أما بوابة نسيج فوكالة رويترز كانت هي الأبرز عالمياً والقدس برس عربياً، وصحيفة تايمز البريطانية، وصحيفة الرياض السعودية، والبيان الإماراتية، ومن المواقع الإلكترونية كان موقع (فاتحون) أكثرها تداولاً ويلاحظ أيضا الميل الواضح في البوابات للنقل من صحف عربية تصدر في لندن مثل الشرق الأوسط والحياة والقدس، ويمكن تفسير ذلك إلى ما تتمتع به هذه الصحف من استقلال نسبي وهامش حرية أوسع.

ولاحظت الباحثة[193] عدم وجود شبكة مراسلين للبوابات في أغلب العواصم العربية، فبوابة نسيج لديها مراسلون في دبي والقاهرة وبيروت وتونس، أما بوابة البوابة فيتوزع مراسلوها في لبنان وفلسطين وسوريا ومصر [194].

في ضوء ما عرضته الدراسة يمكن مناقشة ما هو الاختلاف بين الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية ووسائل الإعلام التقليدية؟

لا تختلف البوابات عن زميلاتها من وسائل الإعلام التقليدية، فالأهداف واحدة، وإطارها توفير المعلومات التي هي حق للجميع وإن كان هناك فارق جوهري لناحية الجدة والسرعة في نقل الأخبار والمعلومات بما توفره الإنترنت من إمكانيات لتحقيق ذلك فإنه لا يتسنى لوسائل الإعلام التقليدية الأخرى. كما يرى رئيس تحرير بوابة البوابة[195].

وتبقى السرعة ومتابعة الأحداث وتقديم المعلومات بشكل عاجل، هو الاختلاف الأساسي بين البوابات ووسائل الإعلام التقليدية، كما يرى رئيس تحرير محيط[196]، فضلاً عن الفرق الذي يرتبط بطريقة عرض المحتوى الإخباري على صفحات الويب وسهولة الإفادة من إمكانيات الإنترنت في إثراء المحتوى، من روابط ذات صلة وغيرها من وجهة نظر رئيس تحرير نسيج[197].

وفي ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها والتساؤلات التي سعت إلى الإجابة عنها تبين:

1- إن النتيجة الإجمالية تشير إلى أن البوابات الإلكترونية نجحت في تركيزها وتقاربها في تقديم المادة الإخبارية، وتقديم نفسها كبوابات إخبارية، وكذلك نجاحها وتميزها في التحديث والآنية في نقل الأخبار ونشرها أكثر من نجاحها في استثمار مزايا التقنية والمُستَحْدَثات التكنولوجية.

2- تلتقي البوابات الإلكترونية أو تجتمع في تركيزها على تقديم المحتوى الإخباري بأساليب وأشكال مختلفة، سواء الأخبار الرئيسة أو أخبار المواقع التي تحتضنها أو عن طريق توفيرها أدوات الوصول الإلكتروني إلى الأخبار والمعلومات من محركات البحث وأدلة عامة و متخصصة والمواقع التي تستضيفها وهي بذلك قد تكون أتاحت أكثر من خيار أمام القارئ للإحاطة بالأخبار والأحداث والتواصل معها.

3- تميزت البوابات الالكترونية بالتجديد والتحديث المستمر للأخبار والموضوعات وحسب تطورات الأحداث واتسمت في الآنية والسرعة في عرض الأخبار والأحداث.

4- أحرزت درجات عالية في تنوع المحتوى الإخباري (أخبار، تقارير، مقالات، تحقيقات، حوارات).

5- عرضت للقارئ التواصل وسرعة الحصول أو الوصول إلى الأخبار والمعلومات

والتفاعلية والمشاركة في الرأي والتعليق عليها، ووفرت له أساليب التمكين من الإضافة للموقع وتعدد منافذ عرض الأخبار والمعلومات عن طريق تقديم الأشكال الصحفية الجديدة وبتفاوت كان واضحاً بين البوابات الإلكترونية، وقد تكون ساعدت على النمو التراكمي للمعلومات التي يشارك في صنعها القارئ، والتي شملت:

أ- تعليقات وآراء القراء الإلكترونية.

ب- استطلاع الرأي الإلكترونية.

ج- استبيان الرأي الإلكترونية.

د- المنتديات الإلكترونية.

هـ- المدونات الإلكترونية.

6- تعدد أشكال كتابة الأخبار الإلكترونية والتي تميزت بالاختصار والتكثيف.

7- وفرت للقارئ الإحاطة بالمعلومات الإضافية ذات الصلة بالأخبار، سواء عن طريق إستمرار نشر الأخبار لمدة زمنية متفاوتة، أو عن طريق وصلات لها علاقة بالحدث أو الأشخاص المشاركين فيه.

8- نجحت البوابات الإلكترونية بتفاوت واضح، في تقديم الخدمات الإخبارية إلى جانب الخدمات الأخرى، وبذلك يمكن القول :أنها قدمت نفسها كبوابات تقوم بالوظيفة الإخبارية الخدماتية.

9- لا يعني اختفاء الأخبار أو المعلومات أو المادة الصحفية من الأنواع الصحفية من الصفحات المنشورة في الموقع زوالها كلياً منه لكنها تظل في متناول المستفيد طالما أرادها باستخدامه لما يُعْرَفُ بآلية البحث التي تمكنه من الغوص في أعماق المادة المنشورة والمتراكمة لاستدعاء ما يريد فَتَمْثُل أمامه بحالها تماماً وقت نشرها لأول مرة وهو ما يميز أيضاً النشر في البوابات الإلكترونية عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية التي يظل إسترجاع الأخبار والمعلومات عن طريقها حكراً على بعض المستفيدين دون غيرهم.

10- إن ضعف سوق المعلنين، والمنافسة بين مصادر الأخبار والمعلومات أو بوابات الإنترنت، وعدم وضوح رؤية لمستقبل الإعلام الإلكتروني، هي من أبرز التحديات التي تواجه البوابات الإلكترونية والتي قد تجعل البوابات العربية غير قادرة على التطوير التحريري والفني ومواكبة الجديد في عالم الإعلام الإلكتروني ربما يجعلها تابعة لجهة ما، أو واقعة تحت عدد محدد من المعلنين.

هوامش الفصل الرابع

---

(1) معلومات عن بوابة نسيج أرسلت إلى الباحثة عن طريق البريد الإلكتروني بتأريخ 3/4/ 2008، من قبل السيد رئيس تحرير بوابة نسيج mshaheen@anseej.com.sa.

(2) المصدر السابق.

(3) المقابلة الأولى للباحثة مع السيد محمود إبراهيم شاهين، رئيس تحرير بوابة نسيج بتأريخ 30/ 4/ 2008.

(4) المصدر السابق.

(5) المقابلة الأولى للباحثة مع السيد رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(6) معلومات عن نسيج، مصدر سابق.

(7) متابعة الباحثة لموقع بوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة www.naseej.com.

(8) مقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(9) المقابلة الأولى للباحثة الأولى مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(10) المصدر السابق.

(11) المقابلة الثانية للباحثة الأولى مع السيد محمود إبراهيم شاهين رئيس تحرير نسيج، بتأريخ 15/ 5/ 2008.

(12) المقابلة الثالثة الباحثة مع السيد محمود إبراهيم شاهين رئيس تحرير بوابة نسيج عبر البريد الإلكتروني، بتأريخ 22/ 6/ 2008.

(13) متابعة الباحثة لبوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة www.naseej.com.

(14) معلومات عن بوابة نسيج، مصدر سابق.

(15) معلومات عن بوابة محيط، أرسلت إلى الباحثة عن طريق البريد الإلكتروني بتأريخ 16/ 4/ 2008 من قبل السيد رئيس تحرير محيط editor@moheet.com .

(16) المقابلة الأولى الباحثة مع السيد عامر عبد المنعم رئيس تحرير محيط عبر الماسنجر (Messenger) بتأريخ 21/ 3/ 2008.

(17) المقابلة الأولى مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(18) المقابلة الثانية للباحثة مع السيد عامر عبدالمنعم رئيس تحرير محيط عبر الماسنجر، بتأريخ 3/ 4/ 2008.

(19) متابعة الباحثة لموقع بوابة محيط في أثناء مدة الدراسة www.moheet.com.

(20) معلومات عن بوابة محيط أرسلت عن طريق البريد الإلكتروني إلى الباحثة من قبل رئيس تحرير محيط بتأريخ 22/ 4/ 2008. editor@moheet.com

(21) معلومات عن بوابة محيط أرسلت عن طريق البريد الإلكتروني، مصدر سابق.

(22) معلومات عن بوابة محيط، مصدر سابق.

(23) معلومات عن بوابة البوابة، أرسلت إلى الباحثة عن طريق البريد الإلكتروني بتأريخ 10/ 4/ 2008 من قبل السيد رئيس تحرير البوابة mohmo60@hotmail.com.

(24) مقابلة الباحثة مع السيد محمد عمر، رئيس تحرير البوابة عبر البريد الإلكتروني، بتأريخ 3/ 5/ 2008.

(25) مقابلة الباحثة مع السيد بسام عبد الكريم، رئيس تحرير البوابة (وكالة) عبر البريد الإلكتروني، بتأريخ 11/ 6/ 2008.

(26) معلومات عن بوابة البوابة، مصدر سابق.

(27) مقابلة الباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(*) قدمت البوابة إصداراتها باللغتين العربية والإنكليزية في أثناء مدة الدراسة.

(28) معلومات عن بوابة البوابة، مصدر سابق.

(29) مقابلة الباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(30) المصدر السابق.

(31) معلومات عن بوابة البوابة، مصدر سابق.

(32) محمد فتحي عبد الفتاح، ويسرية محمد عبد الحليم زايد، التكشيف والاستخلاص المفاهيم، الأسس، الأدوات، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2000)، ص20.

(33) المصدر السابق، ص21.

(34) متابعة الباحثة لبوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة، www.naseej.com.

(35) متابعة الباحثة لبوابتي محيط والبوابة في أثناء مدة الدراسة، محيط www.moheet.com، والبوابة www.albawaba.com.

(36) المصدر السابق.

(37) أسك زاد: بنك المعلومات والمكتبة الرقمية عبر الإنترنت www.askzed.com.، وهو أحد المنتجات الرئيسة لشركة (أرابيا انفورم) المالكة لبوابة محيط والتي يشرف على مجلس إدارتها وصاحب مشروع (أسك زاد) في الوقت نفسه السيد (محمد عليوة).

(38) قامت الباحثة بإدخال عدد من الكلمات المفتاحية شمل (50) كلمة للوقوف على أعلى النتائج التي تظهرها عملية البحث لكل كلمة مفتاحية.

(39) اعتماد ساعة التوقيت الزمني.

(40) قامت الباحثة باستخراج الوسط الحسابي لعدد النتائج التي أظهرتها عملية البحث أثناء العينة الزمنية للبحث.

$$\bar{س} = \frac{مجـ\ س}{ن}$$

(41) قامت الباحثة بإدخال عدد من الكلمات المفتاحية شمل (50) كلمة للوقوف على أعلى النتائج التي تظهرها عملية البحث.

(42) اعتماد ساعة التوقيت الزمني.

(43) معلومات عن بوابة محيط أرسلت عن طريق البريد الالكتروني إلى الباحثة editor@moheet.com، بتأريخ 15/ 2/ 2008.

(*) أمكن الحصول على المعدلات (الوسط الحسابي) من بيانات الجدول رقم (4-3) والتي بينت معدلات نتائج البحث داخل أرشيف البوابات.

(*) البحث التفصيلي يُتيحُ للمستخدم اختيار تأريخ البحث والقسم الذي يود أن يبحث فيه في الموقع الإلكتروني.

(*) أمكن الحصول على المعدلات (الوسط الحسابي) من بيانات الجدول رقم (5-4) والتي بينت معدلات نتائج البحث الخارجي في الإنترنت.

(47) للضرورة الإحصائية وقبل إغفال المؤشر الإحصائي الذي يوضح وجود رابط لمواقع أخرى في بوابة محيط، أشارت النتائج إلى أن النسبة المئوية الناتجة كانت (0.008٪) تمثل رابطاً واحداً إلى موقع (أسك زاد) وإمكانية الارتباط ببوابة جوجل عن طريق هذا الرابط لذا إقتصرت المقارنة بين بوابتي نسيج والبوابة.

(48) Peng, Foo Yeah, Tham, Naphtalli, Xiaoming Hao, "Trends in online newspapers. A look at the US web", op.cit., pp. 52-63.

(49) عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص207.

(50) عباس مصطفى صادق، الترويج المتبادل بين وسائل الإعلام، ورقة غير منشورة، شبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، شباط، 2005، أرسلت من قبل الدكتور عباس مصطفى عن طريق البريد الإلكتروني.

(*) الجدول يحتل أكثر من صفحة.

(51) ورد في الفصل الثاني ص 70-71 الحديث عن أهمية البريد الإلكتروني في نقل الأخبار إلى القراء.

(52) ينظر: الجدولين رقم (5-7) و (5-8).

(53) سمير محمود، دراسة تكشف قصور التفاعلية في المواقع الإعلامية العربية على الانترنت، مقال متاح على الإنترنت في موقع البشاير، 11/ آذار/ 2008، http://www.elbashayer.com، تأريخ الوصول 12/ 9/ 2008.

(54) متابعة الباحثة لبوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة، www.naseej.com.

(55) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية -عينة الدراسة-. نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com

(56) جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، دراسة الإعلام والإتصال والمجتمع. متاح على الإنترنت في موقع مقعد وراء التلفزيون http://www.jamelzran,jeeran.com/archive/2008/5386.html، تأريخ الوصول 5/ 12/ 2007.

(57) معلومات عن بوابة البوابة، مصدر سابق.

(58) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير بوابة محيط، مصدر سابق.

(59) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير بوابة نسيج، مصدر سابق.

(60) عمرو مجدي، التفاعلية تأثيرها على المحتوى، مقال متاح على الإنترنت في موقع الإسلام اليوم، بتأريخ 11/ 11/ 2007.
http://www.islamtoday.net/articles,.id:2218subid:2228start=691
تأريخ الوصول 10/ 12/ 2007.

(61) متابعة الباحثة للبوابات المبحوثة في أثناء مدة الدراسة، نسيج www.naseej، محيط www.Moheet.com، البوابة www.albawabaa.com .

(62) نجوى عبد السلام فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، القاهرة، تشرين الثاني – كانون الاول، 2001، ص221- 269.

(63) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص327.

(64) إذا ما أضفنا مجموع الإخبار 6408 إلى مجموع التقارير الصحفية يكون المجموع الكلي 6856.

(65) مقابلة الباحثة مع رؤساء تحرير البوابات، نسيج، البوابة ، محيط، كلاً على انفراد.

(*) تستخدم المواد الفيلمية بحدود ضيقة في عرض أهداف كرة القدم أو مواقف طريفة.

(66) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(67) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير بوابة محيط، مصدر سابق.

(68) متابعة الباحثة لموقع بوابة البوابة. www.albawaba.com

(69) المصدر السابق.

(70) يراجع حديث رئيس تحرير البوابة، ص261 .

(71) معلومات أرسلت إلى الباحثة عن طريق البريد الالكتروني، مصدر سابق.

(72) المقابلة الأولى الباحثة مع رئيس تحير نسيج، مصدر سابق.

(73) المقابلة الأولى الباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(74) متابعة الباحثة لموقع بوابة نسيج www.naseej.com.

(75) المصدر السابق.

(76) معلومات عن بوابة البوابة، مصدر سابق.

(77) معلومات عن بوابة البوابة، المصدر السابق.

(78) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(79) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(80) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير البوابة، مصدر سابق.

(81) معلومات عن بوابة نسيج أرسلت إلى الباحثة عن طريق البريد الإلكتروني بتأريخ 2/ 5/ 2008، من قبل رئس تحرير نسيج mshaheen@naseej.com.sa.

(82) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص328.

(83) لمزيد من التفاصيل يُنظر:محمود أدهم، الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1998)، ص162؛ فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والطباعة، 1990) ص142؛ عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير الصحفي، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1968) مصدر سابق، ص298.

(84) متابعة الباحثة لمواقع البوابات الإلكترونية في إثناء مدة الدراسة، نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com.

(85) معلومات عن بوابة محيط، مصدر سابق.

(86) يراجع الجدولين (4-23) و(4-24).

(87) متابعة الباحثة للبوابات – عينة الدراسة – في أثناء مدة الدراسة، البوابة www.abawaba.com، نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com .

(88) متابعة الباحثة لموقع بوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة www.naseej.com.

(89) متابعة الباحثة لموقع بوابة البوابة في أثناء مدة الدراسة www.albawaba.com.

(90) ملاحظات الباحثة للبوابات - عينة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة، نسيج www.nassej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com .

(91) عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير الصحفي، مصدر سابق، ص318.

(92) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، مصدر سابق، ص280.

(93) لاحظت الباحثة عن طريق متابعتها لموقع نسيج غياب الاهتمام بالموضوعات الفنية والتركيز على الموضوعات الثقافية في أثناء مدة الدراسة.

(94) متابعة الباحثة لموقع بوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة www.naseej.com .

(95) متابعة الباحثة لموقع بوابة البوابة في أثناء مدة الدراسة www.albawaba.com .

(96) معلومات عن بوابة البوابة، مصدر سابق .

(97) ملاحظات الباحثة في أثناء متابعة بوابة نسيج www.naseej.com.

(98) القضايا المحلية المتعلقة بالمجتمع المصري، وهذا ما لاحظته الباحثة خلال متابعتها بوابة محيط في أثناء مدة الدراسة www.moheet.com.

(99) معلومات عن بوابة البوابة، مصدر سابق.

(100) عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، مصدر سابق، ص117.

(101) معلومات عن بوابة نسيج، مصدر سابق.

(102) معلومات عن بوابة محيط، مصدر سابق.

(103) المقابلة الثانية للباحثة مع السيد بسام عبد الكريم رئيس تحرير بوابة البوابة، عبر البريد الإلكتروني بتأريخ 22/ 6/ 2008.

(104) متابعة الباحثة لبوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة www.naseej.com .

(105) متابعة الباحثة لبوابات الدراسة في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، ومحيط www.moheet.com، والبوابة www.albawabaa.com

(106) Marke Deuze, the web ans its journalism, 2001, op. cit.

(107) يراجع جدول رقم (4-10)

(108) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية -عينة الدراسة- أثناء المدة الزمنية للدراسة.، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawabw.com.

(109) متابعة الباحثة لمواقع البوابات في أثناء مدة الدراسة، نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com .

(110) ملاحظات الباحثة لموقع بوابة البوابة في أثناء مدة الدراسة سجلها في الأيام، 8/ 2، 12، 15، 19/ 3 و 23/ 4، 27/ 4.

(111) ملاحظات الباحثة لموقع بوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة سجلتها في إصدار بوابة نسيج بتأريخ 9/ 2/ 2008.

(112) متابعة الباحثة للبوابات عينة الدراسة في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com.

(113) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(114) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(115) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(116) متابعة الباحثة للبوابات- عينة الدراسة، نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com.

(117) عباس مصطفى، صحاف الإنترنت، مصدر سابق، ص202.

(118) Peng. Foo. Yeuh, Tham, Naphtalli. Irene. Xiaoming, Huo, Op .cit, pp. 52-63.

(119) مها عبد المجيد صلاح، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية ميدانية – ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، 2004)، ص312.

(120) متابعة الباحثة في أثناء مدة الدراسة، نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com .

(121) متابعة الباحثة لبوابة البوابة في أثناء مدة الدراسة wwwalbawaba.com.

(122) متابعة الباحثة لموقع البوابة www.albawaba.com.

(123) متابعة الباحثة لمواقع البوابات، محيط www.moheet.com، نسيج www.raseej.com، البوابة www.albawaba.com.

(124) المقابلة الثالثة للباحثة مع رئيس تحرير بوابة محيط السيد عامر عبد المنعم عبر البريد الالكتروني (Messenger) بتأريخ 30/ 4/ 2008.

(125) Jonathan. Dube, writing news online (2003), op.cit., pp. 52-63.

(126) محمد شومان، الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص34.

(127) المصدر السابق، ص35.

(128) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(129) المقابلة الثالثة للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(130) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(131) راجع الجداول (4-15) و(4-16) و (4-17).

(132) عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت، مصدر سابق، ص209.

(133) Jenifer Greer and Donica Mensing "Evolution of Online News Papers; Alongitudinal Content analysis, 1997- 2003, op.cit.

(134) احمد أنور بدر، النشر الإلكتروني ومشكلاته المعاصرة، محاضرة ألقيت في ندوة النشر الإلكتروني وتأثيره على مجتمع المكتبات والمعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001، ص35-36.

(135) محمود سليمان علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات، الأساسيات والمستحدثات، القاهرة، بدون ناشر، 2000، ص272.

(136) متابعة الباحثة للبوابات في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawabaa.com.

(137) عباس مصطفى صادق، الصورة الرقمية كعنصر رئيس في بنية الإعلام الجديد، ورقة قدمت إلى مؤتمر كلية الآداب والفنون- جامعة فيلادلفيا، عمان، 2007، ص3.

(138) سعيد الغريب النجار، الصورة.. الفن الغائب في الصحف، مقال منشور في صحيفة الأيام البحرينية، العدد 28، البحرين، شباط 2006.

(*) اعتمدت الباحثة في تحديد ذلك عن طريق الملاحظة للبوابات الإلكترونية - عينة الدراسة-.

(140) ملاحظات الباحثة أثناء متابعة البوابات، نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com.

(141) متابعة الباحثة البوابة نسيج في أثناء مدة الدراسة، www.naseej.com.

(142) مقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(143) متابعة الباحثة بوابة نسيج في أثناء مدرة الدراسة www.naseej.com.

(144) محمد شومان، الصحافة الإلكترونية، مصدر سابق، ص28.

(145) متابعة الباحثة لمواقع البوابات - موضوعة الدراسة - في أثناء العينة الزمنية للدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com.

(146) المصدر السابق.

(147) متابعة الباحثة لمواقع البوابات -موضوعة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com محيط www.moheet.com البوابة www.albawaba .

(148) متابعة الباحثة لموقع محيط في أثناء مدة الدراسة www.moheet.com .

(149) متابعة الباحثة لموقع نسيج في أثناء مدة للدراسة www.naseej.com.

(150) متابعة الباحثة لموقع البوابة في أثناء مدة الدراسة .www.alnawana.com

(151) معلومات عن بوابة نسيج، مصدر سابق.

(152) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(153) المقابلة الأولى للباحثة مع السيد بسام عبد الكريم رئيس تحرير بوابة البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(154) مقابلة الباحثة مع رئيس تحرير البوابة، مصدر سابق.

(155) متابعة الباحثة لموقع بوابة البوابة في أثناء مدة الدراسة www.albawaba.com.

(156) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(157) يراجع نص معلومات عن بوابة محيط في المبحث الأول من الفصل الرابع ص257.

(158) المقابلة الثالثة للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(159) يراجع نتائج الجدولين (4-7) و(4-8).

(160) اعتماداً على إحصائيات تنشرها محيط شهرياً عن أكثر الموضوعات تعليقاً.

(161) متابعة الباحثة لبوابة البوابة في أثناء مدة الدراسة www.albawaba.com.

(162) متابعة الباحثة بوابة محيط في أثناء مدة الدراسة www.moheet.com.

(163) اعتماداً على إحصائيات تتيحها المدونات والمنتديات الإلكترونية مقرونة بتصنيف الموضوعات.

(164) مقابلة مع رئيس تحرير البوابة، مصدر سابق.

(165) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(166) المقابلة الثالثة للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(167) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com.

(168) ينظر: الجداول (4-22)، (4-23)، (4-24).

(169) يراجع الجداول (4-20)، (4-21)، (4-23)، (4-30).

(170) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com

(171) المصدر السابق.

(172) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com

(173) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(174) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(175) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(176) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(177) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(178) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(179) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية -عينة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com،

(180) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية -عينة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com.

(181) يراجع الجدولان (4-20) و(4-21).

(182) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(183) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(184) ا لمقابلة الثالثة للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(185) المقابلة الثالثة للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(186) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(187) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(188) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

(189) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة) مصدر سابق.

(190) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية - عينة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com

(191) ينظر: ص 409.

(192) متابعة الباحثة للبوابات الإلكترونية -عينة الدراسة- في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawaba.com

(193) متابعة الباحثة عينة الدراسة في أثناء مدة الدراسة نسيج www.naseej.com، محيط www.moheet.com، البوابة www.albawabaa.com.

(194) فيما يخص بوابة محيط يراجع إجابة رئيس التحرير في ص419 .

(195) المقابلة الأولى للباحثة مع رئيس تحرير البوابة (وكالة)، مصدر سابق.

(196) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير محيط، مصدر سابق.

(197) المقابلة الثانية للباحثة مع رئيس تحرير نسيج، مصدر سابق.

التوصيات

توصيات الدراسة وما تستثيره من بحوث مستقبلية

مكن أن نقدم في خاتمة هذه الدراسة جملة من التوصيات التي تساعد البوابات الإلكترونية العربية على أداء مهامها على أحسن وجه، منها ما يلي:

1- أن تحرص البوابات الإلكترونية العربية على استثمار مزايا الإنترنت في تعزيز وظيفتها الإخبارية وتدعيمها عن طريق مواقع إلكترونية ولا تكون – فقط- امتدادات أو أذرعاً إلكترونية تعيد تقديم مضمون الوسيلة التقليدية على (الويب)، وإنما بوابات إلكترونية مستقلة تُركّز على تقديم الخدمات التفاعلية للمستخدم، وتنويع خيارات المحتوى الإلكتروني عن طريق الاستخدام المحترف للوسائط المتعددة (Multimedia) (نص – صور – صوت – فيديو – رسوم متحركة...)

2- أن تحرص البوابات الإلكترونية الإعلامية العربية على الإفادة من ميزة النصوص المتشعبة في مواقعها الإلكترونية، لإحاطة جمهورها بخلفيات ومستجدات وتطورات الأحداث عن طريق الإبحار في النص الفائق .

3- أن تحرص البوابات الإلكترونية الإعلامية العربية على تمكين المستخدم من المشاركة بالتعليق أو بالتصويت أو بتقديم الرأي المختلف أو بالحوار المباشر مع هيئة تحرير الموقع، أو مع الشخصيات العامة المرتبطة بالحدث، أو مع المستخدمين الآخرين.

4- أن تحرص البوابات الإلكترونية العربية على تقديم الأشكال الصحفية الجديدة التي تتيحها الإنترنت كمنافذ أخرى يطل منها القارئ على الأحداث وتُتيحُ له تبادل الأخبار المعلومات مع القراء في الفضاء التفاعلي .

5- أن تحرص البوابات الإلكترونية العربية على توسيع مصادرها الإخبارية وتضمين الأخبار الوصلات للإحالة إلى مصادرها , فإذا تعددت المصادر التي يستند إليها في نقل الأخبار وكانت المصادر موثوق بها كانت المصداقية عالية .

6- الإفادة من المداخل النظرية المختلفة لدراسة (الإنترنت) في صياغة الأسئلة البحثية، والعمل على تطوير العديد من النظريات الاتصالية بما يتلاءم مع الطبيعة الخاصة للإنترنت كوسيلة إتصال إلكترونية حديثة، تختلف بشكل جذري عن وسائل الإعلام التقليدية.

7- ضرورة القيام بتطوير إستراتيجيات بحثية تعتمد على أساليب إحصائية دقيقة للخروج بنتائج أكثر دقة في رصد وتقويم مدى استثمار البوابات الإلكترونية العربية لشبكة الإنترنت في تعزيز وتدعيم رسالتها الإعلامية.

8- التركيز على تقديم الدراسات التي تتناول الجوانب التفصيلية في تطوير أداء الصحافة الإلكترونية العربية، المرتبطة بجوانب التصميم والإخراج والتحرير، والجوانب التقنية والتفاعلية المضافة.

9- التوسّع في إجراء الدراسات التي تقدّم مُقْتَرَحات عملية يستفيد منها القائم بالاتصال، والعاملون في التصميم الفني والجوانب التقنية في المواقع الإلكترونية العربية.

10- التوسّع في إجراء الدراسات التي تقدّم رؤىً واضحة لكيفية تحقيق الإفادة الإعلامية القصوى من شبكة الإنترنت، خاصة في المجالات ذات الصلة باهتمامات وميادين عمل القائمين بالإتصال في وسائل الإعلام العربية.

11- التوسع في إجراء الدراسات التي تتناول التأثير المتبادل بين (شبكة الإنترنت) و (وسائل الإعلام التقليدية) سواء من حيث التأثير على المستخدمين من أفراد الجمهور والنخبة، أو التأثير على طبيعة أداء القائم بالاتصال، أو في الإفادة المتبادلة والتأثير على طبيعة ومستقبل الأداء الإعلامي الحديث.

12- أن تحرص الجهات العربية الحكومية والخاصة والمؤسسات الإعلامية على دعم وتطوير البوابات الإلكترونية العربية والارتقاء بها إلى المستوى الاحترافي والفني والإفادة من تجارب البوابات الإلكترونية العالمية وحتى تصبح قادرة على مواجهة المنافسة في بيئة الإعلام الإلكتروني.

المصادر

أولاً: المصادر العربية:

1- الكتب العربية

إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام والمجتمع، (مصر، دار الفكر العربي، 2007).

أحمد بدر، الصحافة الكونية ودراسات في الإعلام والإتصال الدولي، (القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2007).

أحمد فضل شبلول، ثورة النشر الإلكترونية، (الإسكندرية، دار الوفاء للنشر والتوزيع، 2004).

أديب خضور، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين الصحافة العربية قرن يمضي.. قرن يأتي، (دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، 2000).

أسامة محمود الشريف، الصحيفة الإلكترونية والصحيفة المطبوعة بحوث الندوة العلمية للمؤتمر التاسع لإتحاد الصحفيين العرب، (عمان، دار الكتب المصرية، 2000).

أماني محمد السيد، الدوريات الإلكترونية الخصائص، التجهيز والنشر والإتاحة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007).

أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، (القاهرة، إيتراك للنشر والتوزيع، 2008).

أمين شوكت الفزعة وغادة النعيمي، تكنولوجيا الإنترنت، (عمان، دار البداية، ناشرون وموزعون، 2007).

انتصار رسمي موسى، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، (عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 2004).

أيمن عبد الله، محركات البحث على شبكة الإنترنت، (بيروت، الدار العربية للعلوم، 2002).

بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 1999).

تيسير أبو عرجة، الإعلام العربي تحديات الحاضر والمستقبل، (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000).

جان جبران كرم، الإعلام العربي إلى القرن الواحد والعشرين، (بيروت، دار الجبل، دون سنة نشر).

حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال، (القاهرة، مطبعة مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000).

حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005).

حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003).

حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004).

حسنين شفيق، الإعلام الالكتروني، (القاهرة، رحمة برس، 2006).

حمدي حسن أبو العينين، وظائف الإتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1994).

حلمي خضر ساري، ثقافة الإنترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي، (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005).

حنان يوسف، تكنولوجيات الإتصال ومجتمع المعلوماتية، (القاهرة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2006).

راسم محمد الجمال، الإعلام العربي المشترك، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1986).

راسم محمد الجمال، الإتصال والإعلام في الوطن العربي، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004).

رشا عبد الله، الإنترنت في مصر والعالم العربي، (القاهرة، آفاق للنشر والتوزيع، 2005).

زهير أحدادن، مدخل لعلم الإعلام والإتصال، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991).

سعيد الغريب النجار، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003).

سمر كرامي، الصحافة النسائية في الوطن العربي، (بيروت، دار النهضة العربية، 2008).

سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، (مصر، دار الفجر، 1997).

السيد السيد النشار، النشر الالكتروني، (الإسكندرية، دار الثقافة العلمية، مصر، 2007).

السيد بخيت، الصحافة والإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001).

السيد بخيت، الإنترنت وسيلة إتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004).

السيد يسين، المعلوماتية وحضارة العولمة، رؤية نقدية عربية (القاهرة، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، 2001).

شادي محمود حسن القاسم، دور النشر الالكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات، (عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2007).

شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، ثورة الصحافة في القرن القادم، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1999).

شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة، ط1، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001).

شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الإتصال، قضايا معاصرة، (القاهرة، المدينة برس، 2002).

شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005).

شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الإتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005).

شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، ط2، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007).

الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004).

صالح خليل أبو إصبع، الإتصال والإعلام لمجتمعات المعاصرة، (عمان، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1990).

صالح خليل أبو إصبع، تحديات الإعلام العربي دراسات الإعلام، المصداقية، الحرية، التنمية، الهيمنة الثقافية، (عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999).

صباح ياسين، الإعلام، النسق القيمي وهيمنة القوة، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006).

طارق سيد أحمد الخليفي، تكنولوجيا الإتصال الحديثة، (القاهرة، دار كريديه للطباعة والنشر، 2007).

الطيب الجويلي، البث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام العربي، (بيروت، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 1991).

عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي، (أبو ظبي، دار الظفرة للطباعة والنشر، 2003).

عباس مصطفى صادق، الصحافة والكمبيوتر، (بيروت، الدار العربية للعلوم، 2005).

عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، (أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات الإستراتيجية والبحوث، 2007).

عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، (عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006).

عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام والعولمة، (عمان، دار مكتبة الرائد العلمية، 2002).

عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1999).

عبد العزيز شرف، نماذج الإتصال في الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003).

عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير الصحفي، (القاهرة، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 1968).

عبد الله بن مسعود الطويرقي، صحافة المجتمع سوسولوجيا الإعلام في المجتمع الجماهيري، (الرياض، مكتبة العبيكان، 1997).

عبد الله زلطة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2003).

عبد الملك الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، (عمان، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003).

عدنان عبد المنعم أبو السعد، تطوير الخبر وأساليب تحريره في الصحافة العراقية منذ نشأتها إلى 1917، (بغداد، دار الشؤون الثقافية والنشر، 1983).

عزيزة عبدة، الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004).

عصام سليمان الموسى، المدخل في الإتصال الجماهيري، (عمان، الكتاني للنشر والتوزيع، 2003).

علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، ط1، (عمان، دار المناهج للنشر، 2000).

علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، ط2، (عمان، دار المناهج للنشر، 2007).

علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-إجتماعية، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005).

عماد بشير، مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت، (بغداد، معهد الدراسات الإستراتيجية، 2007).

عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الإتصال، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2002).

فؤاد يوسف قزانجي، السلطة الخامسة علم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، (بغداد، دار الشؤون الثقافية، 2006).

فؤادة عبد المنعم البكري، الإتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الإتصال، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2003).

فارس أشتي، الإعلام العالمي، مؤسساته، طريقة علمه وقضاياه، (بيروت، دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 1996).

فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 1990).

فاروق أبو زيد، انهيار النظام الدولي من السيطرة الثنائية إلى هيمنة القطب الواحد، (القاهرة، دار أخبار اليوم مطبوعات قطاع الثقافة، 1991).

فاروق حسين، الإنترنت، الشبكة الدولية للمعلومات، (بيروت، دار الراتب، 1994).

فاروق سيد حسين، عَقِد مؤتمرات الفيديو عن بُعُد بالصوت والصورة والتلفزيون المرئي، (الجيزة، هلا للنشر والتوزيع، 2005).

فريال مهنا، علم الإتصال والمجتمعات الرقمية، (دمشق، دار الفكر المعاصرة، 2002).

فهد عبد العزيز العسكر، التقنيات الصحفية الحديثة وأثرها على الأداء المهني للصحف المعاصرة، (الرياض، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1998).

مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، (عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، 2001).

مجموعة مؤلفين، مستقبل الصحافة العربية في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا، (القاهرة، مطبوعات إتحاد الصحفيين العرب، 2000).

مجموعة مؤلفين، المعلوماتية في الوطن العربي الواقع والآفاق، (عمان، مؤسسة عبد الحميد شومان، 2002).

مجموعة مؤلفين، العرب وثورة المعلومات، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، تموز 2005).

مجموعة مؤلفين، ثورة الصورة، المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، سلسلة كتب المستقبل العربي (57)، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، شباط 2008)

محمد جاسم فلحي، النشر الالكتروني الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، (عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2005).

محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008).

محمد عبد الحميد، المدونات ،الإعلام البديل، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2007).

محمد فتحي عبد الفتاح ويسرية محمد عبد الحليم زايد، التكشيف والإستخلاص المفاهيم، الأسس، الأدوات (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2000).

محمد فتحي عبد الهادي وآخران، مراكز المعلومات الصحفية، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1996).

محمد قيراط، الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات، (الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2001).

محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الإتصالات وشبكات المعلومات، (القاهرة، مكتبة الأكاديمية، 2001).

محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1994).

محمد نادر عبد الحكيم، لغة الخطاب الإعلامي في ضوء تطبيق نظرية الإتصال، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2006).

محمود أدهم، الأسس الفنية للتحرير الصحفي العام، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1998).

محمود خليل، الصحافة الإلكترونية أسس بناء والأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1997).

محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1990).

محمود سليمان علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمُستحدثات، (القاهرة، بدون ناشر، 2000).

محمود سليمان علم الدين، الفن الصحفي، (القاهرة، دار أخبار اليوم، مطبوعات قطاع الثقافة، 2004).

محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005).

محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال ومستقبل صناعة الصحافة، (القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005).

محي الدين عبد الحليم، فنون الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2006).

مروة محمد كمال الدين، مستقبل طباعة الصحف العربية رقميا، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2007).

معن النقري، المعلوماتية والمجتمع، مجتمع ما بعد الصناعة ومجتمع المعلومات، (بيروت، المركز الثقافي العربي، 2001).

مفيد فوزي، قضايا العولمة والمعلوماتية، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2003).

منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006).

مي العبد الله، الإتصال في عصر المعلومات، الدور والتحديات الجديدة، (بيروت، الدار الجامعية للطباعة والنشر، 1999).

مي العبد الله، الإتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة، (بيروت، دار النهضة العربية، 2001).

مي العبد الله، الإتصال والديمقراطية، الفضائيات والحرب الإعلامية)، (بيروت، دار النهضة العربية، 2005).

ناهد رمزي، المرأة والإعلام في عالم متغير، (القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، 2001).

نبيل علي، العرب وعصر المعلومات سلسلة عالم المعرفة، العدد 184، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1994).

نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،2001).

نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، العدد 318، (الكويت، المجلس الوطني للأدب والثقافة والفنون، 2005).

نسيم الخوري، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005).

نصر الدين لعياضي، إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999).

نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004).

ياس خضر البياتي، الإتصال الدولي والعربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، (عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006).

يحيى اليحياوي، أوراق في التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية، (بيروت، دار الطليعة للطباعة للنشر، 2004).

يحيى اليحياوي، في العولمة والتكنولوجيات والثقافة، (بيروت، دار النهضة، 2004).

يحيى اليحياوي، العرب وشبكات المعرفة دراسة في الموقع والمواقع، (بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، 2007).

2- الدراسات والوثائق المنشورة في الدوريات والمؤتمرات العلمية:

أحمد أنور بدر، النشر الإلكتروني ومشكلاته المعاصرة، محاضرة ألقيت في ندوة النشر الإلكتروني على مجتمع المكتبات والمعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001.

أحمد بشارة، النشر الالكتروني ومجتمع المعرفة، ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الالكتروني، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21-22 نيسان 2001.

أحمد محمد يوسف، ما شكل الإعلام الالكتروني ومستقبله في الوطن العربي، مقالة منشورة في جريدة القبس، العدد 13599، الكويت، 22/ 11/ 2007.

أحمد مصطفى عمر، التعرض لصحافة الإلكترونية والمطبوعة، بحث مقدم في مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة- كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول، 2005.

إدهام محمد حنش، مجلة الإنترنت الثقافية، الزرقاء، أنموذجاً، بحث مقدم الى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005.

أسامة محمود الشريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام لإتحاد الصحفيين، منشورات الصحفيين العرب، 2000.

أشرف صالح، الطريق السريع للمعلومات ووسائل الإتصال والإنتاج في الوطن العربي، مجموعة دراسات صادرة عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1999.

أكرم أبو بكر، شبكة الإنترنت وخدمات المعلومات، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 31-32، ليبيا، لسنة 2005.

بهاء عيسى، شاهد التلفزيون عبر الإنترنت، مجلة إنترنت العالم العربي، العدد التاسع، تشرين الأول 1999.

جمال بو عجمي وبلقاسم بن روان، الصحافة الإلكترونية في الجزائر الواقع والآفاق ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005.

جمال محمد غيطاس، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 114، القاهرة، آذار 2004.

حسن أبو خضرة، النشر الإلكتروني، رسالة المكتبة، مج 23، عمان، أيلول، 1988.

حسن رضا النجار، تكنولوجيا الصحافة مقاربة أولية، مجلة البحوث الإعلامية، ع33، ليبيا، 2006.

حسن مظفر الزرو، الواقع الافتراضي في الحاسوب حل يحمل بديلاً عن الواقع الملموس، المجلة العربية للتربية والثقافة والعلوم، عدد 34، تونس، 1998.

حمزة بيت المال وآخرون، الإعلام والكمبيوتر، الواقع والاستخدامات والتطبيق، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 61، القاهرة، تشرين الثاني، 1990.

خلدون الشمعة، الماكلوهانية، مجلة الفكر العربي، مجلة تصدر عن معهد الإنماء العربي، العدد السادس، بيروت، السنة الأولى، 1978.

خلدون طبازة، أسامة الشريف، العالم الرقمي العربي والوسط الرقمي، تحديات الإعلام إلكتروني والإنترنت، دراسة مقدمة في ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الالكتروني، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21–22 نيسان 2001.

رامي أكرم شريم، الإعلام العربي في الإنترنت، مقاربة نقدية، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 2000.

رامي أكرم شريم، الإعلام الإلكتروني العربي، مقاربة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، مجلة يصدرها إتحاد الدول العربية، العدد الرابع، تونس، السنة 2001.

زين عبد الهادي، النشر الإلكتروني التجارب العالمية مع التركيز على عمليات إعداد النص الإلكتروني الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مجلة السادس، العدد 12، المغرب، حزيران 1999.

سامي طايع، استخدامات شبكات المعلومات– الإنترنت– في الحملات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، نيسان– حزيران 1997.

سعود راشد العنزي، مجلة العربي وتقييم المواقع العربية على الإنترنت، ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21–22 نيسان 2001.

سعود صالح الكاتب، الصحافة العربية في الإنترنت، المجلة العربية، العدد 36، المملكة العربية السعودية، العدد 36، 2000.

سعيد الغريب النجار، الصورة.. الفن الغائب في الصحف، دراسة منشورة في صحيفة الأيام البحرينية، العدد 28، البحرين، شباط 2006.

شريف درويش اللبان، الاتجاهات الحديثة في بحوث تصميم مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الويب، بحث مقدم إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22–23 تشرين الثاني، 2005.

الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقاربة تواصلية، مجلة إتحاد الإذاعات العربية، مجلة يصدرها إتحاد الإذاعات العربية، العدد الرابع، تونس، لسنة 2005.

عباس مصطفى صادق، الترويج المتبادل بين وسائل الإعلام، ورقة غير منشورة، شبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، شباط 2005.

عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمُستَحْدَثة للصحافة العربية في الإنترنت ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة/ كلية الإتصال، عمان، 22-23 تشرين الأول 2005.

عباس مصطفى صادق، الصورة الرقمية كعنصر رئيس في بنية الإعلام الجديد، ورقة قدمت إلى مؤتمر كلية الآداب والفنون- جامعة فيلاديفيا، عمان، 2007.

عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية، مقاربة أولية، مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005.

عبد الرحمن العناد، العلاقة بين مستوى المعرفة السياسية واستخدام وسائل الإعلام مصادر الأخبار والمعلومات، مجلة أبحاث اليرموك العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد السابع، العدد الرابع، عمان، 1999.

عبد الرحيم صقر، مشروع لغة الشبكات العالمية، المجلة العربية للعلوم، العدد 34، تونس، 1998.

عثمان العربي، مصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي، دراسة مسحية على متصفحي الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض، مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005.

عماد بشير، الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، ندوة الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21-22 نيسان 2001.

عماد بشير، بوابات الويب، مقال قيد النشر، الجامعة اللبنانية، بيروت، 2008.

فايز عبد الله الشهري، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الإتصال الجديدة، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول لأكاديمية شرطة دبي، 2003.

فايز عبد الله الشهري، صورة المملكة العربية السعودية في شبكة الإنترنت، بحث مقدم إلى المنتدى الإعلامي الثاني، الرياض، 2-5 تشرين الثاني 2004.

فايز عبد الله الشهري، صحافة الإنترنت إلى أين؟ جريدة الرياض، العدد 14475، السعودية، 10 شباط 2008.

فهد ناصر الحمود، المواقع والبوابات الإلكترونية، جريدة الرياض، العدد 14، السبت 28/ آذار/ 2004.

مجلة إنترنت العالم العربي، العدد السادس، نيسان- مارس 2001.

محمد إبراهيم عايش، المرأة العربية والصحافة الإلكترونية، دراسة تحليلية للحضور الإعلامي للمرأة العربية في ثلاثة مواقع إعلامية إلكترونية، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، يونيو 2006.

محمد الأمين موسى، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، دراسة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005.

محمد سعيد أحمد إبراهيم، الاتجاهات الحديثة في دراسة القائم بالإتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثامن، العدد الثاني، القاهرة، نيسان 2007.

محمد شومان، الصحافة الإلكترونية العربية، دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 20، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، تشرين الثاني- كانون الأول 2003.

محمد عارف، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، سلسلة محاضرات الإمارات، أبو ظبي، 1997.

محمد عارف، مشروع بوابة الإنترنت العربية للعلوم والتكنولوجيا، مجلة العربي، العدد 591، الكويت، 21 نيسان، 2001.

محمد عثمان العربي، الإنترنت الاستخدامات والانتشار في السعودية، بحث مقدم إلى مؤتمر

ثورة الإتصال والمجتمع الخليجي والواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس، مسقط، 2003.

محمد غنايم، اللغة العربية وبناء المستقبل العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 347، السنة الثلاثون، 2008.

محمد منصورة المدونون، الصحفيون الجُدُد ضربة حرة في مرمى القمع العربي، جريدة القدس العربي، السنة العشرون، العدد 588، لندن، 8/ 3/ 2001.

محمود خليل، الصحافة الإلكترونية المفاهيم والأدوات، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الحادي عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، حزيران 2005.

مي العبد الله، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة، أنموذج صحيفة النهار دراسة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال 22-23 تشرين الأول 2005.

نائلة إبراهيم عمارة، استخدامات الإنترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب الجماعي، مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي- الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 شباط 2005.

نجوى عبد السلام فهمي، الأساليب الحديثة في تحرير الخبر الصحفي في الدول المتقدمة، مقدم إلى اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، تشرين الثاني 1999.

نجوى عبد السلام فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، القاهرة، تشرين الثاني- كانون الأول 2001.

نشرة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، للتقنية في غربي آسيا، العدد السابع، تشرين الثاني 2007.

نصر الدين لعياضي، تكوين الصحفيين بين المطلبين التقني والفكري، محاضرة جامعة عجمان، كلية الإعلام والعلاقات العامة، العين، 8 نيسان 2002، ومحاضرة في جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية، 5 حزيران 2002.

نصر الدين لعياضي، الصحافة الإلكترونية، أحادية الشكل وتعدد المضامين أم أنواع

صحفية جديدة، ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005.

نصر الدين لعياضي، الشباب الإماراتي والإنترنت، دراسة ميدانية في الإنترنت والسلوك الثقافي، مجلة الرافد، العدد 89، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 2005.

نصر الدين لعياضي، الإتصال الحديث في مجال الإعلام إستتباعات تكنولوجية مداخلة في الندوة العلمية المعنونة: الأبعاد الفكرية والتقنية لاستخدام المعلومات في الإعلام الحديث، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، 18 مارس 2005، مجلة الرافد العدد 106، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، يونيو 2006.

هيثم الزبيدي، عصر الإعلام الإلكتروني، مداخلة في ندوة دور وسائل الإتصال الجماهيري في التنمية الثقافية ملتقى عمان الثقافي الذي انعقد في المؤتمر الثالث عشر للثقافة العربية في العصر الرقمي، 18/ 4/ 2007.

وائل إسماعيل حسن عبد الباري، مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الحادي عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مارس 2005.

3- الرسائل الجامعية:

رضا عبد الواجد أمين، استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية- دراسة ميدانية دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، 2005).

عبير محمد حمدي، دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001).

فايز عبد الله الشهري، الصحافة الإلكترونية العربية على شبكة الإنترنت، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة شيفيلد المملكة المتحدة، 1999).

مها عبد المجيد صلاح، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت- دراسة تحليلية وميدانية، ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2004).

هاشم حسن جاسم، القيم الإخبارية في الصحافة العراقية، دراسة تحليلية للقيم الإخبارية في الصحافة العراقية 1869-1988، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد- كلية الآداب، 1996.

4- الوثائق ودراسات من الإنترنت:

أمجد الماجد، المواقع الإلكترونية العربية والإعلان، متاح على الإنترنت في جريدة باب، 28 شباط، 2003، http://www.bab.com، تأريخ الوصول في 14/ 9/ 2007.

جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، دراسة الإعلام والإتصال والمجتمع، متاح على الإنترنت في موقع مقعد وراء التلفزيون
http://ww.jamelzran.jeeran.vom/archive/2008/5386.thml،
تأريخ الوصول: 5/ 12/ 2007.

حسام عبد القادر، الصحافة الإلكترونية، متاح على الإنترنت في موقع إتحاد كُتاب الإنترنت، http://www.arab-ewriters.com، تأريخ الوصول: 13/ 5/ 2007.

حسام عبد القادر، الصحافة الإلكترونية بين الأمس واليوم، مداخلة في الندوة التي نظمها مجموعة هارتس ان وان وهوارشتر الإلكترونيتين في 1/ تموز 2007، القاهرة، متاح إلى الإنترنت، http://husseiineinrashed.jeeran.comarchive/2006/6/60528html،
تأريخ الوصول في 28/ 12/ 2007.

دانتي تشيني، الصحافة الورقية في أمريكيا وتحديات النشر الإلكتروني، مقالة منشورة في صحيفة المؤتمر نت، الأربعاء 15 آب 2007
www.almotamar.net/ews/print.php?id=4884 تأريخ الوصول 3/ 4/ 2008.

ديبرا بوتر، دليل الصحافة المستقلة نشرة تصدرها وزارة الخارجية الأمريكية، مكتب برامج الإعلام الخارجي، متاح على الإنترنت، http://us8fostata.gov/2006، تأريخ الوصول في 2/ 4/ 2008.

رميح بن محمد الرميح، هل ينجح الواب؟ مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنولوجيا، متاح على الإنترنت، www.knayma.com/madina/wab.htm،
تأريخ الوصول: 15/ 3/ 2007.

سامر بيتر، تلفزيون الإنترنت، متاح على الإنترنت في موقع
www.itp.netarabic/features/detils.php، تأريخ الوصول 7/ 2/ 2007.

سعود صالح الكاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، هل الصحافة المطبوعة في طريقها إلى الانقراض، (جدة، شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر، 2002)، متاح على الإنترنت في موقع http://www.ekateb.net، تأريخ الوصول 9/ 2/ 2007.

سمير محمود، دراسة تكشف قصور التفاعلية في المواقع الإعلامية العربية على الإنترنت، مقال متاح على الإنترنت في موقع البشاير، 11/ آذار/ 2008،
http://www.elbashayer.com، تأريخ الوصول 12/ 9/ 2008.

شركة ياهو المتحدة، متاح على الإنترنت في موسوعة ويكبيديا، www.wekpedia.com، تأريخ الوصول: 5/ 8/ 2008.

الصادق الحمامي، المدونات النسائية (عالمهن المنكشف)، دراسة، متاح على الإنترنت في موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام والإتصال، www.arabmediastudies.net، تأريخ الوصول 27/ 12/ 2007.

الصادق الحمامي، اتجاهات الصحافة الإلكترونية في العالم وفي تونس، دراسة منشورة في مجلة حقائق العدد 1044، في 10/ 1/ 2006، متاح على الإنترنت في مجلة حقائق http://www.haquq.com، تأريخ الوصول 2/ 1/ 2008.

الصادق الحمامي، نهاية الجمهور، دراسة، متاح على الإنترنت موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام والإتصال، www.arabmediastudiese.net، تأريخ الوصول: 3/ 2/ 2008.

الصادق الرابح، حجم الحضور العربي فيها هو الأضعف.. قراءة في الرهانات الثقافية والإجتماعية للتكنولوجيا، بحث منشور في 30/ 3/ 2006، متاح على الإنترنت في موقع البديل العراقي
www.albadeeliraq.com/new/showdetails.php?id=1242&kind=culture-78k،
تأريخ الوصول 5/ 1/ 2008.

عادل الأنصاري، الصحافة الإلكترونية، المعايير والضوابط، ورقة مقدمة لندوة الصحافة الإلكترونية في نقابة الصحفيين المصرية، بتأريخ 9/ 8/ 2004، متاح على الإنترنت

في http://www.islaoniline.net/trabic/arts/2004/08/articleht، تأريخ الوصول 14/ 11/ 2008.

عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، دراسة، متاح على الإنترنت في موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام والإتصال، www.arabamediastudies.net، تأريخ الوصول: 25/ 12/ 2007.

عبد الرحمن فراج، البوابات ودورها في الإفادة من المعلومات المتاحة على الإنترنت http://information.gov.sa/magazine/modules، تأريخ الوصول: 27/ 2/ 2007.

عماد بشير، خدمات المعلومات الصحفية العربية على الإنترنت، الندوة العربية الخامسة للمعلومات، 2-4 تموز 2002، متاح على الإنترنت في موقع النادي العربي للمعلومات www.arabcin.net/arabic/5andweh/pivot>arabicpressinternet.htm، تأريخ الوصول: 12/ 4/ 2007.

عمرو سعيد، بوابات شبكة الإنترنت، ماهيتها، أنواعها، فئاتها، مجلة العربية، http://www.arabcih.net/arbia11/3-2005/2.html تأريخ الوصول: 2/ 3/ 2002.

عمرو مجدي، التفاعلية تأثيرها على المحتوى، مقالة متاح على الإنترنت في موقع الإسلام اليوم، بتأريخ 11/ 11/ 2007،
http://www.islamotoday.net/articles..id:2218subid:2228start=691،
تأريخ الوصول: 10/ 12/ 2007.

عن بوابات الإنترنت، مقال منشور بتأريخ 24/ نيسان/ 2002 متاح على الإنترنت في: http://www.internet101.org/portal.html، تأريخ الوصول: 18/ 12/ 2007.

فاطمة الزهراء، محركات البحث على شبكة الإنترنت، مجلة سايبراونس، العدد الثاني، أيلول 2004، متاح في الإنترنت www.cybrarians-info/journal، تأريخ الوصول: 2/ 3/ 2007.

فايز عبد الله الشهري، بوابات الإنترنت، متاح على الإنترنت في
http://wajhah.com/index.php?id=181ang=ar81=111،
تأريخ الوصول: 15/ 7/ 2007.

فايز عبد الله الشهري، واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت- دراسة ميدانية على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الإلكترونية، بحث مقدم للمنتدى الإعلامي الأول- الجمعية السعودية للإعلام والإتصال، آذار 2003 [متاح على الإنترنت] في: http://www.ekateb.net/searchs/doc1.doc، تأريخ الوصول 15/ 8/ 2007.

كين سوجاتس، ديفيد روبينز، بوابات الويب، التأريخ والتوجيه، دراسة متاحة في الإنترنت في:
http://www./t/13.exp.sis.pitt.edu.website/webresume/webportalpaper/webportals,html، تأريخ الوصول: 8/ 7/ 2008.

لقاء مكي، الصحافة الإلكترونية، دراسة في الأسس وآفاق المستقبل، 2000، متاح على الإنترنت www.alajman.ws/vb/showthread.php?2719،
تأريخ الوصول: 2/ 11/ 2006.

لقاء مكي، الأشكال التقليدية للمحتوى الصحفي مقابل صحافة الإنترنت، ورقة عمل مقدمة في الندوة التي أقامها موقع الجزيرة نت، في 26 شباط 2006، متاح على الإنترنت في http://www.aljazera.net، تأريخ الوصول 2/ 1/ 2007.

محركات البحث العربية، مجلة إنترنت العالم العربي، عدد آب 1989، متاح على الإنترنت http://www.ditnet.co.ae/arabic/internet/tudydollo3.html،
تأريخ الوصول: 3/ 3/ 2007.

محمد جاسم فلحي، نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري، محاضرات منشورة على موقع الأكاديمية العربية المفتوحة، متاح على الإنترنت في http://www.acadimy.net، تأريخ الوصول 19/ 12/ 2007.

محمد شومان، في ضوء ثورة الإعلام، هل نقول وداعاً للصحافة والإذاعة والتلفزيون، متاح على الإنترنت في مجلة صحف نت
www.suhf.netsa/2001jaz/dec/27/ar2.htm. العدد 10628،
تأريخ النشر 27/ 9/ 2001، تأريخ الوصول 3/ 4/ 2008.

محمد عبد الحليم حسب الله، والشحات سعيد عثمان، فاعلية النشر الإلكترونية في علاج

بعض مشكلات الكتاب الجامعي، جامعة المنصورة، كلية التربية متاح على الإنترنت http://www.angelfire.com/ma4/ebook، تأريخ الوصول: 17/ 5/ 2007.

نائلة سويل، الصحافة المطبوعة في طريقها إلى الانقراض مداخلة في مناقشة العلاقة بين الإعلام القديم والإعلام الجديد، متاح على الإنترنت في موقع الإعلام الجديد، www.ekateb.net، تأريخ الوصول: 5/ 10/ 2007.

ياهو تتيح نشر يوميات إلكترونية إلى جانب الأخبار، مقالة متاح على موقع الإنترنت شبكة النبأ للمعلوماتية، www.annabaa.org، 12/ 9/ 2005، تأريخ الوصول: 5/ 1/ 2008.

5- الكتب المترجمة:

بيل جيتس، المعلوماتية بعد الإنترنت، طريق المستقبل، ترجمة: عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 231، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1998).

جون. ر.بتنر، مقدمة في الإتصال الجماهيري، (عمان، مركز الكتب الأردني، 1986).

ديفيد فيلبس، العلاقات العامة عبر الإنترنت، الأعداد والترجمة تب توب لخدمات التعريب والترجمة، (القاهرة، دار الفاروق للطباعة والنشر، 2002).

روبير مارتان، مدخل لفهم اللسانيات، ترجمة: عبد القادر المهيري، مراجعة الطيب البكوش، (بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2007).

شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، (الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1987).

غولد تشيرل، البحث الذكي في شبكة الإنترنت، تقنيات وأدوات للحصول على أفضل النتائج، ترجمة: المجيد بو عزة، السلسلة الثانية، العدد 38، (الرياض، مكتبة فهد الوطنية، 2001).

فرانك جي، لنشنر بول جون، العولمة الطوفان أم الإنقاذ، ترجمة: فاضل جنكر، المنظمة العربية للترجمة، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004).

فرانك كيلش، ثورة الإنفوميديا، كيف تغير عالمنا وحياتك؟، ترجمة: حسام الدين زكريا،

مراجعة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 253، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والأدب، 2001).

فريدريك فاسور، وسائل الإعلام في المستقبل، ترجمة خليل أحمد خليل، (بيروت، منشورات عويدات، 1996).

كارول ريتش، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة عبد الستار جواد، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2002).

كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الأخبار، ترجمة: أديب خضور، (دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، 2000).

مايكل رايت وموكول ناتل، التطورات العلمية في القرن 21 الإتصالات والإعلام، ترجمة: مركز التعريب للترجمة، (بيروت، الدار العربية للعلوم، 2002).

مجموعة مؤلفين، مهن النشر، ترجمة: أسامة نبيل وحمادة إبراهيم، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2007).

ملفين ل. ديفلير، ساندرا روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة:كمال عبد الرووف، (القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات، 2002).

ميتشيوكاكو، رؤى مستقبلية كيف سيغير العلم حياتنا في القرن الحادي والعشرين، ترجمة: سعد الدين خرفان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 270، (الكويت، مجالس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2001).

ثانياً: المصادر الأجنبية:

1- الكتب الأجنبية:

Benard Jean- Louis protails d'entre Parise: conception et mise en oeurre paris hemes science pubixations, 2000.

Brody, Douglas, A Saudi Arabia International Media Strategy: Influence through Multinational Ownership in Hafez, K(ed) Mass Media, politics, and Society in the middle east Hamphon Press, Inc 2001.

Gergory, Ferrell Lower. The internet in: Augurte. Grant (edit). Communication Update. 9. edition Focal press.. Boston, 1995.

Kawamoto K., Digital journal is Emerging media and the changing Horizons of journalism, Oxford: Row man and little field publishers, Ine, 2003.

Lasswell Hrold D., "The structure and function of communication on society", in the process and effects of mass communication. Wilbur Schramm and Donald, Robert, eds. Urbana: university of Illinois press, 1977.

Lazarfeld P. E. & Mertain R. K., mass communication popular taste and organized action In W: Schramn (ed) mass communication Urbana university of Illionsts press, 1960.

Parso Roman Portal Internet: vade- mecum. Paris edition sms, 2002, collection partiquesd entpries, 2002.

2- الدراسات الأجنبية المنشورة في دوريات علمية:

Bard Palser we have only just begun: now a firmly entrenched par of the media landspace online journalism is poised to confront the next generation of challenges American journalism review, Nov. 2002, vol. 24.

Beckett "From press to click" Independent on Sunday review section 8 May 1994.

Boyhton R. S., New Media May be old medias savior Columbia journalism review,2004.

Kenzie Walter. New approaches and new tools for connection vol. 21, no. 4, web searching library media Jane 2003.

Lioc Hervouet: Les journalistes francais par internent les cahiers du journalism N7 91: IIe 2000.

Mark Duze the web and its journalism considering the consequences of different types of news media online SAGE publication, London thousand oack CA and new Dahil, vol. 15 (2), 2003.

Petter Williams and David Nicholas the migration of news to the web as lib peroceedings: news information perspective, vol. 51, 4, 1999.

Shedden. David. New media timeline (1969- 2004) pointer institute, 2005.

Strang love. M (994) the Internet as catalyst for a paradigm shift journal of computer mediated communication, 1994, (8):7.

Strong W., copyright in a time of change the journal of Electronictuilis, 1999.

Sylvia Chan- Olmsted, and Park J., from On-air to on line world: Examining the content and structure of Broadcast TV. Stations web. Sites, J & MCQ 77 (2), 2000.

3- من الانترنت:

Bob Giles "Journalism in the Era of the web" , April 2001, available on: http://unsinfo.state.gov/ige/gio7.html, accessed at: 21/2/2007.

Bruno Patino, Transmitter, regai souvenir, journalism valiable on internet, http://www.text-e-org/d-8cite, accessed at 26/9/2007.

Carmen Luk. Technological literacy, 1997, available on http://www.gseis.uela/courseled/luk/TECHIIT.html, accessed at 2/4/2007

Henry Jenkins. The old story of new media, available on: http://www.phs.org/webh/pager/froutline/newswer/part?/jenkins.htm, accessed at 12/3/2007.

J. D. Lasica Video comes to the web American journalism review. January February 1998 available on: http://www.well.com/userjd/coljan.htm, accessed at 11/2/2002.

J. D. Lasica what is participatory journalism? available on: http://www.ojr.org/workplace/10602>106.php>, accessed at 11/2/2002.

Jako P. Nielson Alertbox. January 1999 differences between print design web design, available on: www.useit, accessed at 4/5/2008.

Jonathan Dube, Writhing News Online, available: http://www.poynther.org/content/content_view.asp?id=41309, accessed at 18/March/2008.

Mark W. Tremayne, the internet: is the medium the message? AEJMC conference papers Sep. 1997 [online] available: http://list.mus.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9709B&L=aejmc&p+R1515&D=0&m=543, accessed at 8 April 2008.

Patrica Riley and others, community or cologi the case of online news papers and the web. http://www.ascuse.orgjcm/vs4/issuel/keough.htm, accessed 11-5-2008.

Patrick lynch and Sarah Nortan Yale web style gilde yale university, available on: www.inf med. yole edu/caim/mahual/1997, accessed at 22/3/2007.

Pavlik John V. the future of online journalism: a guid to who's doing what, Columbia journalism review July/ August 1997, [online] avaible: http://archives.cjr.org/year/97/4/online,asp, 14 Oct. 2007.

Philip story, Standard generalized markup language Encarta/rto encyclopedia online 2000, http://encarta.msn.com, 1997 accessed 7/3/2007.

Repecca J. Chamber in, "Perce Options of Graphics viruses no graphics on web sites" AEJMC conference

papers, (Oct. 1998) online available on http://listmsnedu/ogi-bin/wa?, accessed at 8 April, 2007.

Shapiro. J. The control revolution. New York. Acentury foundation book public affaires available on: http://www.tbsjournal.com/html/pant-arab-bcasters.html accessed at 2/3/2007.

Subject gatways and portals, available on http://hylife.unn.ac.uk/took/dateportgatportHtml, accessed at: 22/5/2007

Tom Lieb, availableon: www.townson.edu/lieb/edithing/desging.htm, accessed, 11/4/2008.

المقابلات عبر البريد الإلكتروني E-mail:

مقابلة مع السيد محمود إبراهيم شاهين رئيس تحرير بوابة نسيج، بتأريخ 30/ 4/ 2008.

مقابلة مع السيد محمود إبراهيم شاهين رئيس تحرير بوابة نسيج، بتأريخ 15/ 5/ 2008.

مقابلة مع السيد محمود إبراهيم، رئيس تحرير بوابة نسيج بتأريخ 22/ 6/ 2008.

مقابلة مع السيد عامر عبد المنعم رئيس تحرير بوابة محيط عبر الماسنجر (Messenger) بتأريخ 21/ 3/ 2008.

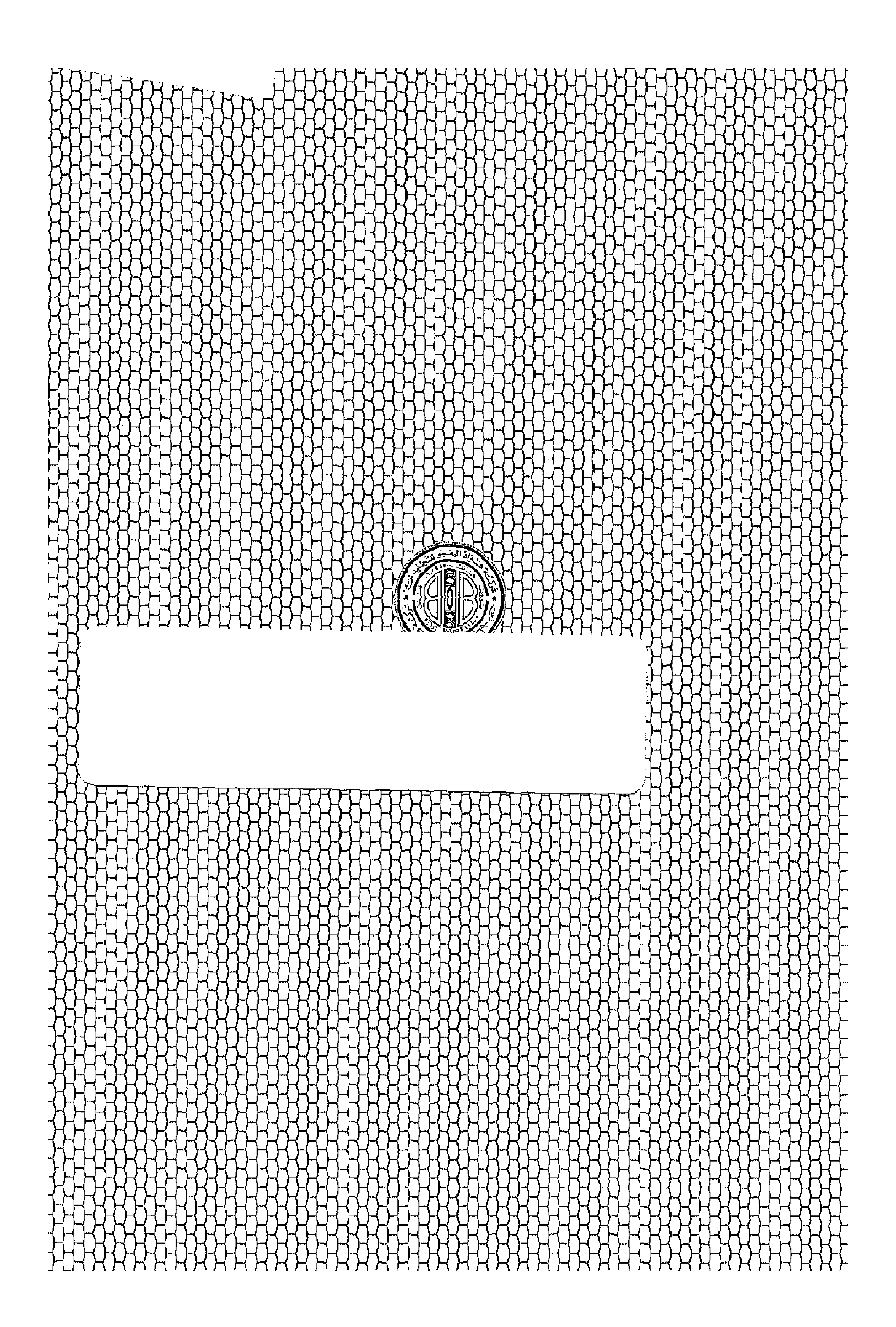
مقابلة مع السيد عامر عبد المنعم رئيس تحرير بوابة محيط بتأريخ 3/ 4/ 2008.

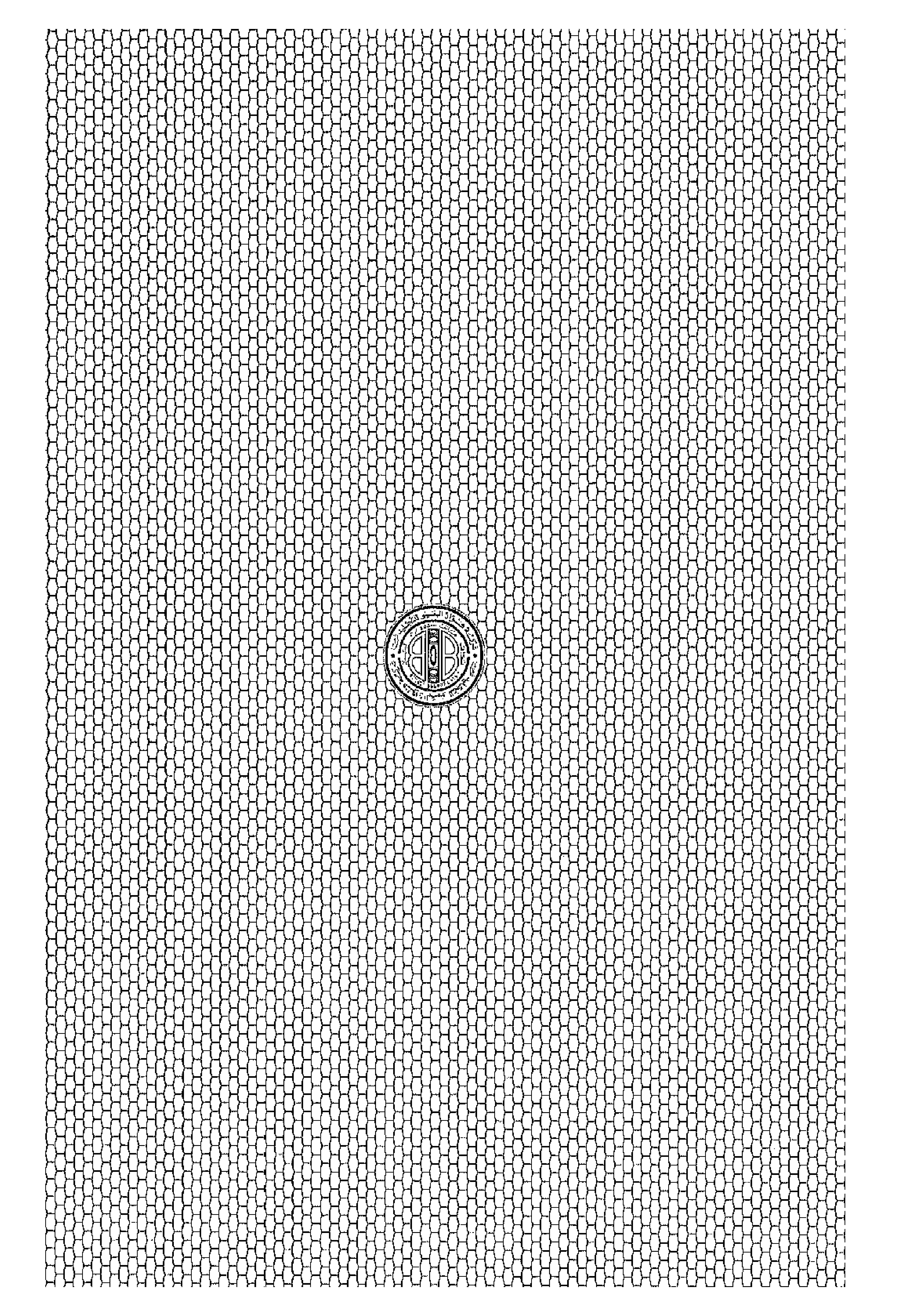
مقابلة مع السيد عامر عبد المنعم رئيس تحرير بوابة محيط عبر الماسنجر (Messenger) بتأريخ 30/ 4/ 2008.

مقابلة مع السيد محمد عمر رئيس تحرير بوابة البوابة بتأريخ 3/ 5/ 2008.

مقابلة مع السيد بسام عبد الكريم رئيس تحرير بوابة البوابة (وكالة)، بتاريخ 11/ 6/ 2008.

مقابلة مع السيد بسام عبد الكريم رئيس تحرير بوابة البوابة (وكالة)، بتأريخ 22/ 6/ 2008.





الحمد لله رب العالمين، كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه ... الحمد لله الذي علّم بالقلم، علّم الإنسان ما لم يعلم ... والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.. وبعد:

فإن مما تقتضيه أخلاق الإسلام، وآداب العلم: أن نعترف بالجميل، وأن نُرجع الفضل لأهله، وأن ننسب العطاء لمانحه. فلله الحمد رب العالمين أن أعانني على استكمال هذا البحث؛ فله الحمد وله الشكر على عظيم فضله، وجزيل عطاياه التي لا تعدُّ ولا تحصى. وأتوجه بالشكر الجزيل إلى أستاذي الفاضل: **الدكتور عبد الأمير الفيصل** المعاون العلمي في كلية الإعلام، أستاذ الصحافة الإلكترونية في قسم الصحافة، والمشرف على هذه الرسالة؛ أشكره مرة حيث قَبِلَني باحثاً أنهل من علمه ومعرفته، واشكره مرة أخرى على ماأولاني أنا والبحث من عناية واهتمام فائقين **ولما قدمه لي من وقتٍ ورعايةٍ وعلم، فلا أنسى فضل توجيهي بالملاحظات السديدة** والإرشادات النافعة التي ساعدت في انجاز وإتمام هذا البحث على هذه الصورة، فله مني- ومن زملائي طلبة العلم - الشكر والتقدير، ومن الله المثوبة والأجر.

كما أتوجه بالشكر والتقدير لأستاذي الفاضل **الدكتور كريم محمد حمزة** أستاذ الاجتماع في كلية الآداب؛ لما غمرني به من رعاية واهتمام وكان لملاحظاته الأثر الكبير في تشجيعي ومساندتي جزاه الله خير الجزاء.


Bibliotheca Alexandrina
1473988



UNIVERSITY
BOOK HOUSE


ISBN 978-658990183-9
9 786589 901839